УКАЗАТЕЛЬ ИМЕН И ПРОИЗВЕДЕНИЙ

Материал оттисков - бумага. Техника - печать. Размеры листа даны в сантиметрах.

Плакаты, местонахождение которых не указано, хранятся в Российской государственной библиотеке и в частных собраниях.





Неизвестный художник
Впереди всех печенье С. Сиу и К^0
М., 1900-е гг.
70x51



Неизвестный художник
Раковые шейки. Товарищество Д. Кромский. Харьков
СПб., 1900-е гг.
71 x51,5



Неизвестный художник
Какао т-ва Эйнем. Москва Берлин, 1897 50x38



Неизвестный художник
Мой первый шаг за печением Эйнем
М., 1900-е гг. 142 x 100



Неизвестный художник
Товарищество Д. Кромский. Харьков. Карамель «Би-Ба-Бо»
СПб., 1900-е гг. 72,5 x 36,5



Неизвестный художник
Какао овсянка М. Конради. С.-Петербург СПб., 1905
37,5 x 26



Неизвестный художник
Какао Жорж Борман
СПб., 1900-е гг.
71,5x44,5



Неизвестный художник
Т-во А. К. Дубинин в Одессе. Рыбные и овощные консервы
СПб., 1910-е гг. 73,5 x 53 Российская национальная библиотека



Неизвестный художник
Наилучший какао «Гротес». Получите везде
Берлин, 1890-е гг.
43x59



Неизвестный художник
В питании сила. Какао Жорж Борман
Пп, 1910-е гг.
47x77



Неизвестный художник
Я ем консервы только т-ва Иосиф С. Кефели. Балаклава
СПб., 1900-е гг.
78x48
Госуд. музей истории Санкт-Петербурга



Неизвестный художник
Французские печения к чаю
С. Сиу и К°
М., 1895
80x51



Неизвестный художник
Паровая фабрика конфет... Торговый дом Д. Кромский. Харьков
СПб., 1900-е гг.
71 x46



Неизвестный художник
Пиво. Воды. Шаболовский завод Карнеев, Горшанов и К^0. Москва СПб., 1910-е гг. 108x78



Неизвестный художник
Чай Сергея Александровича Спорова... М., 1903 54x72



Неизвестный художник
Шоколад. Торговый дом Д. Кромский. Харьков
СПб., 1900-е гг.
82 x 57,5
Госуд. музей истории Санкт-Петербурга



Неизвестный художник
Шаболовский пивоваренный завод Карнеев, Горшанов и К^0 в Москве...
СПб.,1896 73,5 x 36



Неизвестный художник
Столовое вино общества Бекман и К°. С.-Петербург СПб., 1900-е гг. 49,5 x 38



Неизвестный художник
Гильзы «Викторсон старшего» М., 1900-е гг. 68,5 x 42



Неизвестный художник
Табак. Рекомендуются табаки и папиросы... табачной фабрики торгового дома Н. К. Попова в Москве
Берлин, 1890-е гг. 43,5 x 60



Неизвестный художник
Товарищество пиво-медоваренного завода «Иван Дурдин»... СПб., 1900-е гг. 88,5x51
Госуд. музей истории Санкт-Петербурга



Неизвестный художник
Гильзы А. Викторсон. Москва СПб., 1900-е гг. 67,5 x 40,5



Неизвестный художник
Курите лучшие папиросы! Фабрики «Дукат» в Москве
Париж, 1890-е гг. 38x52



Неизвестный художник
Калинкин. С.-Петербург. Москва СПб., 1903 94x63



Неизвестный художник
Табачная фабрика И. Л. Шерешевского в Гродне Варшава, 1888 71 x54
Российская национальная библиотека



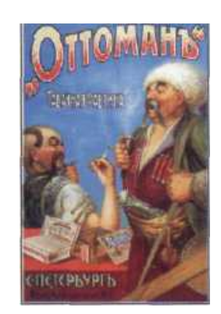
Неизвестный художник
Герой. Белый генерал. Папиросы фабрики Колобова и Боброва. С.-Петербург
СПб., 1890
61 x48



Неизвестный художник
«Калинкин». Пиво «Калинкин». С.-Петербург. Москва СПб., 1903 64x47



Неизвестный художник
Папиросы «Пушка» фабрики А. Ф. Миллер... С.-Петербург СПб., 1899 34x48



Неизвестный художник
«Оттоман». Табачная фабрика. С.-Петербург СПб., 1900-е гг. 88x59



Билибин Иван Яковлевич
(1876-1942)
«Новая Бавария*
СПб., 1903 67,5 x 49



Неизвестный художник
Дедушка, кури «Нарзан» фабрики товарищества С. Габай... Москва М., 1890-е гг. 61,5x45



Табурин Владимир Амосович
Товарищество табачной фабрики А. Н. Шапошников и К°. С.-Петербург... СПб., 1900-е гг. 80x58



Неизвестный художник
Коньяк акционерного общества С. С. Тамазова в Кизляре
М., 1900-е гг. 99x67



Неизвестный художник
Высочайше утвержденное товарищество табачной фабрики С. Габай в Москве
М., 1890-е гг. 38 x 59,5



Неизвестный художник
«Крем» не табак, а сливки... Табачной фабрики А. Н. Шапошникова. С.-Петербург... СПб., 1900-е гг.
100,5x40



Неизвестный художник
Гильзы «Победа» с ватой «Гаванна»... Торгового дома А. Койлю и К^{0}... СПб., 1900-е гг. 76,5 x 49
Госуд. музей истории Санкт-Петербурга



Неизвестный художник
Курите папиросы торгового дома Бр. Кальфа в Харькове
СПб., 1900-е гг.
70x35



Неизвестный художник
Всемирная победа! Первая лучшая американская пишущая машина Ундервуд... Варшава, 1900-е гг. 73,5 x 57,5 Госуд. музей истории Санкт-Петербурга



Неизвестный художник
Товарищество табачной фабрики А. Н. Богданов и К^{0}... СПб., 1904 49 хбО



Неизвестный художник
Русское общество для выделки и продажи пороха...
СПб., 1900-е гг.
57x37



Табурин Владимир Амосович
Швейные машины компании Зингер...
СПб., 1900-е гг. 111 x 69



Неизвестный художник
Папиросы «Важные»...
Т-во табачной фабрики А. Н. Богданов и К^{0} С.-Петербург
СПб., 1900-е гг.
130x95



Неизвестный художник
Туалетное мыло «А. М. Жуков».
С.-Петербург
СПб., 1904
64x38
Российская национальная библиотека



Неизвестный художник
Галоши «Треугольник»
СПб., 1900-е гг.
49,5 x 35



Неизвестный художник
Папиросы «Почти даром» фабрики «Дукат» Москва
Пг., 1910-е гг.
55x37



Неизвестный художник
Голубое мыло.
А. М. Жуков.
С.-Петербург
СПб., 1900-е гг.
60x36



Неизвестный художник
Т-во Российско-Американской резиновой мануфактуры. С.-Петербург
СПб., 1905 73x49



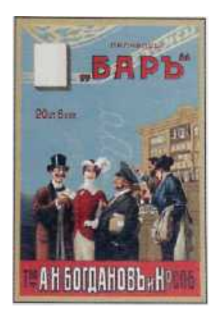
Неизвестный художник
Гильзы Исаджанова. Москва. Не рвутся по шву
СПб., 1900-е гг.
73x43



Неизвестный художник
Парфюмерия русских бояр т-ва А. Ралле и К^{0} М., 1900-е гг. 107x71



Неизвестный художник
«Треугольник». Велошины СПб., 1900-е гг. 75 x 49,5
Госуд. музей истории Санкт-Петербурга



Неизвестный художник
Папиросы «Бар».
Т-во А. Н. Богданов и К°. С.П.Б.
СПб., 1900-е гг.
57,5 x 39
Госуд. музей истории Санкт-Петербурга



Неизвестный художник
Пудра «Леда». Т-во А. Ралле и К^{0}.
Москва
М., 1900-е гг.
121,5x70
Госуд. музей истории Санкт-Петербурга



Неизвестный художник
Самые лучшие в мире галоши Российско-Американской резиновой мануфактуры...
СПб., 1900-е гг.
93x60
Госуд. музей истории Санкт-Петербурга



Неизвестный художник
Т-во «Проводник»: Лучшие в мире галоши... СПб., 1900-е гг. 102x68



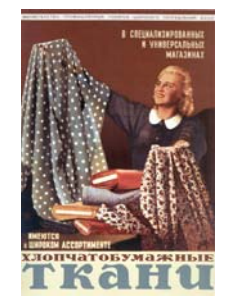
Фронтиспис - Миллер А. А.
«Белая ночь». Пудра, духи, крем.
ТЭЖЭ...
М.; Л., 1937 63 х 43,5



Маяковский Владимир Владимирович (1893-1930), **Родченко Александр Михайлович** (1891-1956)
Трудящиеся, не страшны дороговизна и НЭП... М., 1923 73,5 х 49



Неизвестный художник
Страховое общество «Россия». Страхование пассажиров... СПб., 1903 68,5 х 103,5 Госуд. музей истории Санкт-Петербурга



Трухачев Виктор Викторович (р. 1917)
Хлопчатобумажные ткани... М., 1953 51 х35



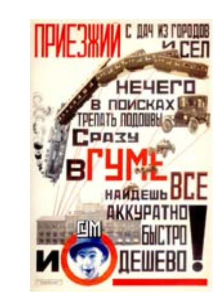
Маяковский Владимир Владимирович (1893-1930), **Родченко Александр Михайлович** (1891-1956)
Нигде кроме, как в Моссельпроме М., 1925 41 х33
Реконструкция В. А. Родченко (1965)



Маяковский Владимир Владимирович (1893-1930), **Родченко Александр Михайлович** (1891-1956)
Реклама ГУМа. Самый деловой, аккуратный самый... М., 1923 54х36



Маяковский Владимир Владимирович (1893-1930), **Родченко Александр Михайлович** (1891-1956)
Лучших сосок не было и нет... М., 1923 99х69
Реконструкция В. А. Родченко (1965)



69 **Маяковский Владимир Владимирович** (1893-1930), **Родченко Александр Михайлович** (1891-1956)
Реклама ГУМа. Приезжий с дач, из городов и сел... М., 1923 54х36



Родченко Александр Михайлович (1891-1956)
Ленгиз: книги по всем отраслям знания М., 1925 62х88 Реконструкция В. А. Родченко (1965)



Маяковский Владимир Владимирович (1893-1930), **Родченко Александр Михайлович** (1891-1956)
Трехгорное пиво выгонит вон ханжу и самогон... М., 1925 70х48



Буланов Дмитрий А.
Реклама в трамвае... Читается ежедневно миллионом людей Л., 1926 41 х58



Такке Борис Александрович (1889-1951)
Требуйте кондитерские изделия госфабрик. Моссельпром М., 1928 70х50



Буланов Михаил (?-после 1954)
Мотоцикл за 50 коп. в лотерее Автодор М., 1929 71 х54



Шувалов Н. (?)
Все, везде пьют воды «Заря»... Ростов-на-Дону, 1925 71 х51



Тархов Дмитрий Михайлович (1893-1948)
Моссельпром. Правление... М., 1926 107х73



Буланов Михаил (?-после 1954)
Моссельпром. Табачные изделия М., 1927 53х37



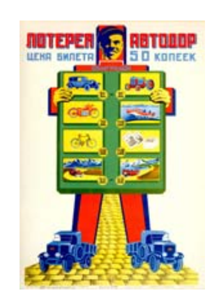
Буланов Михаил (?-после 1954) (?)
Нигде кроме как в Моссельпроме... М., 1926 46х31



Буланов Михаил (?-после 1954) Кури папиросы «Пачка». Нигде кроме как в Моссельпроме М., 1927 49,5 x 35



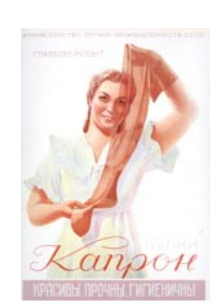
Буланов Михаил (?-после 1954) Мотоцикл за 50 коп. в лотерее Автодор М., 1929 71 x54



Титов Борис Б., Перников Ефим Иванович (1903-после 1946) Лотерея Автодор... М., 1929 102,5x66



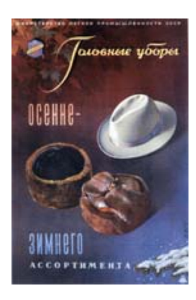
Девятое Н. Покупайте модельную обувь на облегченной микропористой подошве... М., 1952 58,5 x 39



Пименов Виктор Васильевич (1908-?) Чулки капрон. Красивы, прочны, гигиеничны... М., 1952 60x41



Неизвестный художник Конечно, крем-сода!.. Ростов-на-Дону, 1926 45,5 x 29 Госуд. музей истории Санкт-Петербурга



Трухачев Виктор Викторович (р. 1917) Головные уборы осенне-зимнего ассортимента... М., 1954 60x41



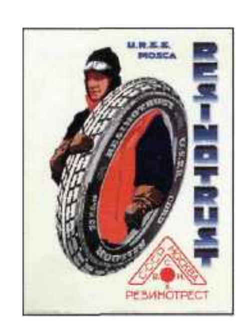
Баюскин Василий Степанович (1898-1952) Резинотрест. Москва. Галоши... М., 1925 68x53 Перепечатывался в 1926-1929 гг.



Неизвестный художник Я пью пиво и воды только завода Южная Бавария Севастополь, 1928 67x46



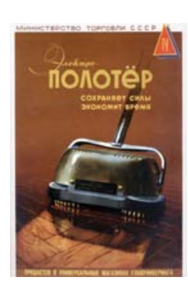
Трухачев Виктор Викторович (р. 1917) Головные уборы. Шляпы из фетра... М., 1953 71 x48



Кравченко Дмитрий (?) Resinotrust. URSS. Mosca М., 1929 69x51



Неизвестный художник Кондитерская фабрика. Кооперативное т-во «Идеал»... М., 1927 35,5 x 50



Трухачев Виктор Викторович (р. 1917), **Иенсен О.** Электрополотер М., 1954 57x41,5



Якулов Георгий Богданович (1884-1928) Акционерное общество «Винторг» М., 1926 88x72



Неизвестный художник Лучшие на Д.-В. папиросы... Владивосток, 1925 69x50



Трухачев Виктор Викторович (р. 1917), **Иенсен О.** Электропылесос М., 1954 57,5x41,5



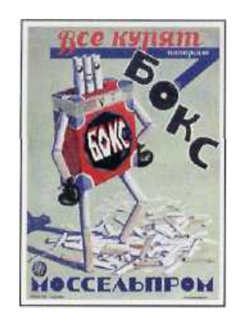
Неизвестный художник Геркулес — вот залог здоровья.. М.,1926 54x36



Неизвестный художник Все курят... Донская государственная табачная фабрика... М.,1923 71 x52



Зеленский Александр Николаевич (1882-1942)(?) Донская государственная табачная фабрика... Папиросы «Наша марка» Л., 1925 52x69



Зеленский Александр Николаевич (1882-1942) Все курят папиросы «Бокс». Моссельпром М., 1928 50,5 x 36



Зеленский Александр Николаевич (1882-1942) Лучшая для обуви паста «Штоко»... Л., 1929 69,5 x 50



Неизвестные художники Папиросы «Наша марка». ДГТФ Ростов-на-Дону, 1926. 54x72



Зеленский Александр Николаевич (1882-1942) Воды-напитки... Хлебный квас... Моссельпром М., 1929-1930 43 x 60,5



Неизвестный художник Лучшая туалетная косметика «Имша». Крем. Мыло. Пудра. М., 1928-1929 73x54



Зеленский Александр Николаевич (1882-1942)(?) Папиросы «Трезвон». Нет лучше... Л., 1925 58x40



Зеленский Александр Николаевич (1882-1942) Пекарские дрожжи. Моссельпром. Москва М., 1930 52x36



Неизвестный художник 15 миллионов человек покупают мыло «Букет моей бабушки»... М., 1926-1928 28,5x22



Зеленский Александр Николаевич (1882-1942) Папиросы «Пушки» Л., 1926 65,5 x 44



Зеленский Александр Николаевич (1882-1942) Морс. Моссельпром. Москва М., 1930 52x37



Неизвестный художник Государственные парфюмерные фабрики. ТЭЖЭ. Москва М., 1926-1928 72x52



Зеленский Александр Николаевич (1882-1942) Папиросы «Пушки» нового стандарта... Л., 1929 51 x37



Зеленский Александр Николаевич (1882-1942) Iris—Prima. Mosselprom. Moscou. U.R.S.S. M., 1930 62 x 45,5



Неизвестный художник Зубная* паста «Хлородо.нт» М., 1929 95x72



Зеленский Александр Николаевич (1882-1942) Новость... Папиросы «Сафо» Л., 1929 57,5 x 40



Неизвестный художник Фруктовые и минеральные воды... Стенька Разин Л., 1928 61,5x43,5



Неизвестный художник Зубная паста «Хлородонт». Лео. Дрезден М., 1929 59x44



Неизвестный художник
Весь Союз ССР пишет перьями «Союз»... М., 1929 60x39



БограД Израиль Давидович
Курите папиросы «Дерби»... М.; Л„ 1936 69x49



Побединский Александр Николаевич (1904-1979)(?)
Незаменимые предметы в дороге: Тройной одеколон. «Санит» зубная паста... Л., 1938 97x65



Неизвестный художник
Карандаши «Мосполиграф>: М., 1928 105 x 72



Бограл Израиль Давидович
25 коп. Арифметика простая — три копейки коробок!.. М.; Л., 1936 48x68



Литвак Макс
«Красный мак». Высшего качества пудра и губная помада... М., 1938 61 x44



Неизвестный художник
A. Hammer. "Diamond". Карандаши. Перья... Л., 1927-1928 71,5x51



Бограл Израиль Давидович
Пельмени... М., 1936 74x53



Миллер А. А.
Дальневосточные лососевые консервы... М., 1938 62 x 42,5



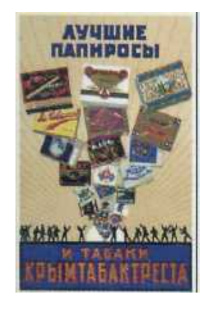
Неизвестный художник
А. Гаммер. "Standard". Карандаши. Перья... М., 1928 52x72



Бограл Израиль Давидович
Покупайте в консервах кукурузу... М.; Л., 1936 68x48



Миллер А. А.
Всем попробовать пора бы, как вкусны и нежны крабы... М., 1938 60x42



Неизвестный художник
Лучшие папиросы и табаки Крымтабактреста М., 1928 53x35



Бограл Израиль Давидович
Зубной порошок «Гигиена». ТЭЖЭ. Каждый школьник знает четко... Ростов-на-Дону, 1936 55,5 x 35



Неизвестный художник
Горячие московские котлеты с булочкой. 50 коп. М., 1937 96 x 66,5



Бограл Израиль Давидович
Курящими решен вопрос. Нет лучше этих папирос М.;Л., 1937 64x46



Бограл Израиль Давидович
Зубная паста «Санит». ТЭЖЭ... Л., 1938 62x44



Неизвестный художник
Требуйте всюду сосиски... М., 1937 98 x 68,5



Гришин Иосиф Семенович
Куриный бульон в кубиках. Требуйте всюду... М,1937
60x42



Неизвестный художник
Свежи, как летом плоды и ягоды...
М., 1938 69x48



Сахаров Сергей Георгиевич
(1906-1969) (?)
Столовая водка
М., 1938 56x39



Прокопцев С.
Соус «Майонез» прекрасная приправа... М.,
1938 . 60,5x41



Зеленский Александр Нико-лаевич (1882-1942)
Лед в хозяйстве необходим... М.,
1938 45 x 34,5



Побединский Александр Нико-лаевич (1904-1979)
Горькие настойки
М., 1938 62x46



Тарасов С.
Этой марки тарта-летки любят взрос-лые и детки!.. Л.,
1941 62x40



Побединский Александр Нико-лаевич
(1904-1979) (?)
Пастеризованное молоко в бутылках... М.,
1938 73x54



Зеленский Александр Нико-лаевич (1882-1942)
Рябиновые настойки... М., 1938
61 x41



Фейгуш Н. (?)
Повидло фабрик Главкондитера...
М,1938 61 x41



Побединский Александр Нико-лаевич
(1904-1979) (?)
Зимой и летом полезно и вкусно мороженое... М.,
1937 72x51



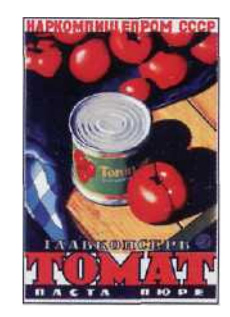
Зеленский Александр Нико-лаевич (1882-1942)
Релиш сладкий и кислый... М„1940
62x41,5



Зеленский Александр Нико-лаевич (1882-1942)
Мороженое. Тре-буйте всюду... М.,
1938 59x45



Зеленский Александр Нико-лаевич (1882-1942)
Ирис М., 1939
70x52



Миллер А. А.
Томат паста-пюре...
М.; Киев, 1937-1940
61 x 44 •



Зеленский Александр Нико-лаевич (1882-1942)
Высшего качества мороженое. Тре-буйте всюду... Л.;
М., 1937-1938 88 x
67,5



Зеленский Борис Александрович
(1914-1984)
Пейте натуральные соки.
М.,1939
61 x44



Сахаров Сергей Георгиевич
(1906-1969) (?)
Садвинсбыт... М.,
1937 73x50



Колтунович А., Золотаревский Л. Имеются в большом выборе беличьи манто... М., 1937 59x38



Вахтрамяэ Л. Курите ароматные сигары Таллин,1953 58,5 x 39



Сахаров Сергей Георгиевич (1906-1969) Варенье «Роза» ароматно, вкусно к чаю... М., 1950 60x43



Федосеев А. Курите сигары «Север» М., 1941 58x43



Яковлев Владимир Михайлович (1908-?), **Маслов** М. Лезвия «Турист», «Экстра», «Звезда» М., 1948 64x52



Сахаров Сергей Георгиевич (1906-1969) Цитрусовый сок. Натуральный напиток... М., 1951 60,5 x 43



Сахаров Сергей Георгиевич (1906-1969) Курите «Капитанские сигары» М., 1939 65 x 45,5



Розанов И., Сахаров Сергей Георгиевич (1906-1969) Курите сигареты.. М., 1950 60,5 x 42,5



Сахаров Сергей Георгиевич (1906-1969) Свежезамороженный зеленый горошек... М., 1952 73x50



Сахаров Сергей Георгиевич (1906-1969) Фруктовые воды М., 1940 53x36



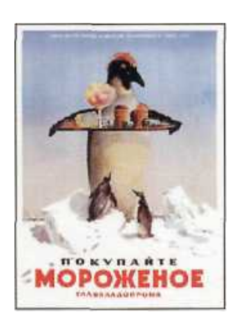
Зеленский Борис Александрович (1914-1984), **Кашинская И.** Курите сигареты «Аврора» М., 1950 63,5 x 44



Яковлев Владимир Михайлович (1908-?) Покупайте лед. Лед сохраняет свежесть продуктов... М., 1950 66x50



Исиченко Михаил Александрович (1913-1987) Technoexport. [Электролампа] М., 1937 50x36



Сахаров Сергей Георгиевич (1906-1969) Покупайте мороженое Главхладопрома М., 1951 58,5 x 42



Сахаров Сергей Георгиевич (1906-1969) Свежезамороженные плоды и ягоды... М., 1954 79x53



Исиченко Михаил Александрович (1913-1987) (?) Technoexport. [Швейная машинка] М., 1938 73,5 x 55



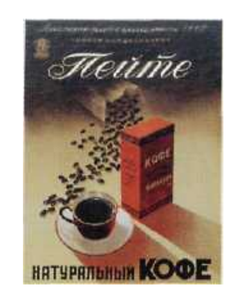
Сахаров Сергей Георгиевич (1906-1969) Мороженое... М., 1954 58x41,5



Кузьмин А. Покупайте свежезамороженные овощи М., 1954 59x40



Слатинский В.
Детям всем полезен джем...
М., 1952
60x43



Мартынов Николай Иванович (р.1912)
Пейте натуральный кофе М., 1952 61 x47,5



Андреади Александр Панаиотович (1907-1972)
Витамин С...
М,1950 59x41



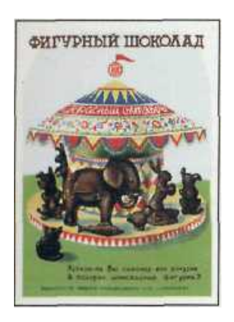
Сахаров Сергей Георгиевич
(1906-1969)
Вкусно и питательно [Какао «Золотой ярлык»]..
М., 1953 59,5 x 44



Неизвестный художник
Вино, водку, наливки <...> можно купить в магазинах потребкооперации
М., 1954 80,5 x 58



Андреади Александр Панаиотович (1907-1972)
Пользуйтесь зубным порошком
М., 1950 60,5x44



Ахвеледиани Сергей Николаевич (р.1907)
Фигурный шоколад [«Красный Октябрь»]... М., 1950 60 x 39,5



Мартынов Николай Иванович (р.1912)
Советское Шампанское - лучшее виноградное вино
М., 1952 59x40



Кашинская И.
«Маки». Духи и одеколон... М.,
1950 59,5 x 40



Побединский Александр Николаевич (1904-1979)
Шоколадные наборы. Кондитерская фабрика «Красный Октябрь»... М., 1950
87,5 x 63,5



Мартынов Николай Иванович (р.1912)
Ароматны и вкусны ликеры М., 1951
60x43



Кашинская И.
Духи и одеколон «Маки»... М.,
1950 61 x44



Гришин Иосиф Семенович
Пейте чайные напитки треста Роскофецикорпродукт
М., 1950 63 x 43,5



Гинзбург(Игин) Иосиф Ильич
Лучшие ликеры и наливки заводов Главликерводки
Ростов-на-Дону,
1951
80x56



Яновский Давид Владимирович
(1916-1970)
Ребятам обязательно чистить зубы тщательно... М.,
1953 68,5 x 47



Цейров Юрий Мильевич
(1907-1970)
Чай отечественного производства...
М,1952
60,5 x 43



Гущин В. [Виктор Николаевич (р.1932)(?)] Сидр - освежающий газированный напиток М., 1952
61 x41



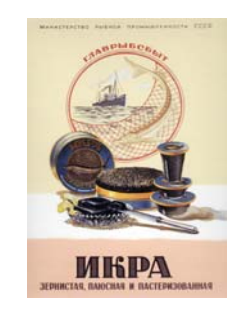
Миниович Э.
Маргарин М.,
1952 61 x44



Гревский В.
Имеются в продаже блины... М., 1950
42,5 х 32,5



Неизвестный художник
Крабовые консервы. Вкусная нежная закуска... М., 1951
58x39



Андреади Александр Панаиотович (1907-1972)
Икра зернистая, паюсная и пастеризованная... М., 1952
60x43



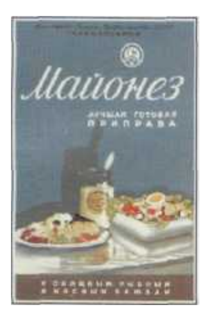
Гущин В. [Виктор Николаевич (р.1932)(?)]
Пельмени сибирские, мясные М., 1952 58x43



Цейров Юрий Мильевич
(1907-1970)
Консервы натуральные...
М., 1952 57,5 х 40



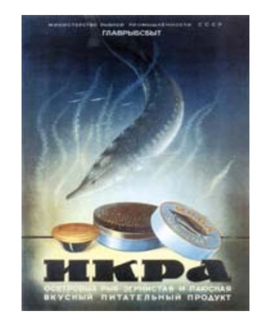
Цейров Юрий Мильевич
(1907-1970)
С Новым годом, дорогие товарищи!. [Советское Шампанское]
М., 1952
60x43



Сахаров Сергей Георгиевич
(1906-1969)
Лучшая готовая приправа М., 1952 60x40



Иогансон Андрей Борисович (1916-?)
Отличная закуска, питательная и вкусная [Рыбные консервы] М., 1952
58x42



Цейров Юрий Мильевич
(1907-1970) Икра осетровых рыб... М., 1952 61x41



Мичурин А.
Сосиски
М., 1952
62 х 47,5

ВПЕРЕДИ ВСѢХЪ
ПЕЧЕНЬЕ



С.СІУ и К°.



РАКОВЫЯ
ШЕЙКИ
ФАБРИЧН. МАРКА
Д Т Д К
БР.Р.
УТВЕР. ДЕПАР. ТОРГОВ. и МАНУФАКТ.
ПАРОВАЯ ФАБРИКА
КОНФЕКТЪ ШОКОЛАДА
и КАКАО
ТОВАРИЩЕСТВО
Д·КРОМСКІЙ
ХАРЬКОВЪ.



КАКАО

Т-ВА ЭЙНЕМЪ

МОСКВА.

Эйнемъ

Дозволено Цензурою Москва 10 Декабря 1897 г.



МОЙ ПЕРВЫЙ ШАГЪ
ЗА ПЕЧЕНІЕМЪ
ЭЙНЕМЪ

ТОВАРИЩЕСТВО

Д·КРОМСКIИ




ФАБРИЧНАЯ
МАРКА
КАКАО ОВСЯНКА
HAFER-
CACAO
М.КОНРАДИ
С.ПЕТЕРБУРГЪ
ДОЗВ.ЦЕНЗ. 3 МАРТА 1905 г. С.П.Б.
ХР.-ЛИТ.Э.И.МАРКУСЪ,С.П.Б.


ЖБ
МАРКА ЗАЯВЛЕНА
Какао
Жоржъ Борманъ



въ ОДЕССѢ.

Т-во А·К·Дубининъ
ЭКСТРА
въ Одессѣ.
Фирма Сущ. съ 1818 г.

Товарищество А. К. Дубининъ

Т-во А. К. Дубининъ

НАШЪ ПАВИЛЬОНЪ НА ОДЕССКОЙ ВЫСТАВКѢ въ 1910 г.
НА КОТОРОЙ НАМЪ ПРИСУЖДЕНА ВЫСШАЯ НАГРАДА БОЛЬШ. ЗОЛОТ. МЕД.

РЫБНЫЕ и ОВОЩНЫЕ КОНСЕРВЫ


Наилучшій
Какао „Гротесъ“
Получите вездѣ.
MARKER
FISHERMEN's CHILDERN.
J. ABERLE & Co. BERLIN.

ВЪ ПИТАНІИ
СИЛА



КАКАО



ЖОРЖЪ БОРМАНЪ


Я ѢМЪ КОНСЕРВЫ ТОЛЬКО
Т-ва ІОСИФЪ С. КЕФЕЛИ
БАЛАКЛАВА
(КРЫМЪ)
ПОЧЕТНЫЙ ДИПЛОМЪ
МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКИ.
ІОСИФЪ С. КЕФЕЛИ
ОСЕТРИНА
ВЪ ТОМАТѢ
ФАБРИКА КОНСЕРВОВЪ
ІОСИФА С. КЕФЕЛИ
ПЮРЕ ТОМАТЪ

ФРАНЦУЗСКІЯ ПЕЧЕНІЯ КЪ ЧАЮ
С. СІУ и К°

ГАЛЕТЪ

ПЕЧЕНЬЕ ВЪ КОРОБКАХЪ.

ПОЛУМѢСЯЦЪ

АЛЬБЕРТЪ

ПЕТИБЕРЪ

ТРОКАДЕРО

КРОКЕТЪ

ФАЙВЪ-О'КЛОКЪ

НОВАРЪ

НЕМВРОДЪ

КАПИТЭНЪ
съ содою.

МИКАДО

СИГАРЕТ. КАРМЕНЪ

ФРАНКО-РУССКОЕ

АРАРУТЪ

ФРАНЦУЗСК. ВАФЛ.

МАРГАРИТКИ

СМѢСЬ И СОРТОВЫЯ.

ЛЮБИ МЕНЯ

МАСКОТЪ

ТОРСАДЪ

СИЛЬФЪ

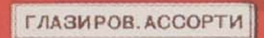
НАШИ МИЛУШКИ

ЛИСТИКИ

ПОМПАДУРЪ

НИКЪ-НАКЪ

СМѢСЬ.



ПИКЪ-НИКЪ

ЦВѢТОЧКИ



МАКАРОН. РИШЪ

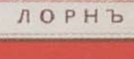
МАКАРОН. ШОКОЛ.

ТАБЛЬДОТЪ

ВЕНГЕРСКІЙ

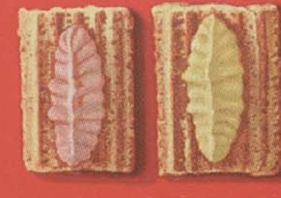
ТРАМВАЙ

КОРОЛЕВСКОЕ

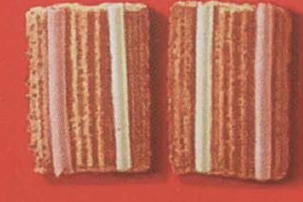


















ТУРИСТЪ

ФРАНКО-РУССКОЕ

ТОСКА









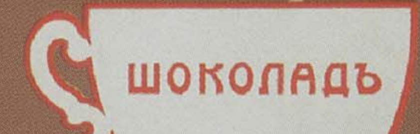
ПАРОВАЯ
ФАБРИКА
КОНФЕКТЪ
ШОКОЛАДА
И КАКАО



ТОРГОВЫЙ ДОМЪ
Д. КРОМСКIЙ
ХАРЬКОВЪ

Д.КРОМСКIЙ
Д.КРОМСКIЙ
Д.КРОМСКIЙ
Д.КРОМСКIЙ
Д.КРОМСКIЙ
Д.КРОМСКIЙ








ПИВО
ВОДЫ
ШАБОЛОВСКІЙ ЗАВОДЪ
КАРНѢЕВЪ
ГОРШАНОВЪ и Ко.
МОСКВА.
18 96.
ПОСТАВЩИКИ ДВОРА ЕГО ИМПЕРАТОРСКАГО ВЕЛИЧЕСТВА 1869 г.


ЧАЙ
ЧАЙНАЯ ТОРГОВЛЯ
СЕРГѢЯ АЛЕКСѢЕВИЧА
СПОРОВА
ВЪ МОСКВѢ.
ГЛАВНАЯ КОНТОРА, СКЛАДЪ
И РАЗВѢСКА
ВЪ СТАРОМЪ ГОСТИННОМЪ ДВОРѢ, ХРУСТАЛ. ПЕР., СОБСТВ. АМБАРЪ, № 102.
Дозволено цензурою. Москва, 17-го мая 1903 г.
Лит. Т-ва И. Н. Кушнеревъ и Кº Москва.

ШОКОЛАДЪ



Д·КРОМСКІЙ

ХАРЬКОВЪ.



ШАБОЛОВСКIЙ ПИВОВАРЕН. ЗАВОДЪ



КАРНѢЕВЪ ГОРШАНОВЪ и К°

ВЪ МОСКВѢ

ПИВО
ПИЛЬЗЕНСКОЕ
МАРТОВСКОЕ
ЗОЛОТАЯ ГОЛОВКА
ЧЕРНОЕ БАРХАТНОЕ


Столовое вино
Высшей ректификации
Общества
Бекманъ и Ко.
С. Петербургъ.


ГИЛЬЗЫ
„ВИКТОРСОНЪ
СТАРШАГО"


Рекомендуются
Табаки и Папиросы
Высшаго Качества.
The Times
Папиросы
Новый Вѣкъ
№6 10 шт. 6 к.
Торговаго Дома
Н.К.Попова
вдовы
С.Ф.Поповой и Ко въ Москвѣ
Табаки и Папиросы
Н.К.Попова
Москва
Папиросы
Дюшесъ
№7
10 шт. 10 к.
Фабрики
Торговаго Дома
Н.К.Попова
вдовы
С.Ф.Поповой и Ко въ Москвѣ
Табаки и Папиросы
Н.К.Попова
Москва
Папиросы
Роскошь
№33 10 шт. 6 к.
Фабрики
Торговаго
Дома
Н.К.Попова
вдовы
С.Ф.Поповой и Ко въ Москвѣ
Табаки и Папиросы
Н.К.Попова
Москва
Папиросы
Теремокъ
№33
10 шт. 10 к.
Фабрики
Торговаго Дома
Н.К.Попова
вдовы
С.Ф.Поповой и Ко въ Москвѣ
Morgenbladet
Папиросы
Голосъ
№37
10 шт. 6 к.
Фабрики
Торговаго Дома
Н.К.Попова
вдовы С.Ф.Поповой и Ко
въ Москвѣ
Табачной
фабрики
Торговаго Дома
Н.К.Попова,
вдовы
С.Ф.Поповой и Ко
въ
Москвѣ.
отъ 48 коп. до 8 руб. за фунтъ.


ТОВАРИЩЕСТВО ПИВО-МЕДОВАРЕННАГО ЗАВОДА
„ИВАНЪ ДУРДИНЪ"
ВЪ С-ПЕТЕРБУРГѢ.
ОСНОВАНО ВЪ 1839 ГОДУ.
Телефоны №4-51. 217-48.
ЛИМОННЫЙ МЕДЪ
БОГЕМСКОЕ ПИВО
PRAVÉ ČESKÉ PIVO
И. ДУРДИНЪ
ВЪ С.ПЕТЕРБУРГѢ
IMPERIAL EXTRA DOUBLE STOUT
ПИВО МЮНХЕНСКОЕ
ПИЛЬЗЕНСКОЕ ПИВО
И. ДУРДИНЪ
И. ДУРДИНЪ
КАБИНЕТНОЕ
МЕДЪ
Рекомендуется
Англійскій портеръ
ПИВА
ПИЛЬЗЕНСКОЕ
БОГЕМСКОЕ
МЮНХЕНСКОЕ
КАБИНЕТНОЕ
НОВОЕ
БАВАРСКОЕ
ТЕМНОЕ и СВѢТЛОЕ
ФРУКТОВЫЙ
МЕДЪ
МЕДЪ №1 - МЕДЪ №2


ГИЛЬЗЫ
А. Викторсонъ
МОСКВА
БОЛЬШ. ОРДЫНКА СОБ. ДОМЪ.
ПАПИРОСНЫЯ ГИЛЬЗЫ
ВИКТОРСОНЪ
ВИКТОРСОНЪ
ВИКТОР
ГИЛЬЗЫ
ВИКТОРСОНЪ
ГИЛЬЗЫ ВИКТОРСОНЪ
ПАПИРОСНЫЯ ГИЛЬЗЫ
Викторсонъ
Москва
ПАПИРОСНЫЯ ГИЛЬЗЫ



Курите лучшiя папиросы!
фабрики „Дукатъ" въ Москвѣ.


РЕВЕЛЬ
С.ПЕТЕРБУРГЪ
НИЖНІЙ НОВГОРОДЪ
ВИЛЬНО
МОСКВА
ТУЛА
ПЕНЗА
САМАРА
ВОРОНЕЖЪ
КІЕВЪ
САРАТОВЪ
ХАРЬКОВЪ
РОСТОВЪ н/ДОНУ
ОДЕССА
БАКУ
1896
1818
1870
КАЛИНКИНЪ
ПЕТЕРБУРГЪ
КАЛИНКИНСКОЕ
ПИВО-МЕДОВАРЕННОЕ
ТОВАРИЩЕСТВО
ВЪ Стъ ПЕТЕРБУРГѢ.
КАЛИНКИНЪ
Сть ПЕТЕРБУРГЪ.
МОСКВА.


ТАБАЧНАЯ ФАБРИКА
І.Л.ШЕРЕШЕВСКАГО
ДЛЯ І.Л. ШЕРЕШЕВСКАГО
ГРОДНО
ВЪ ГРОДНѢ


ГЕРОЙ
БѢЛЫЙ ГЕНЕРАЛЪ
ПАПИРОСЫ 10 шт. 5 к.
ФАБРИКИ КОЛОБОВА и БОБРОВА
С. ПЕТЕРБУРГЪ.
Дозв. ценз. 27 Марта 1890 г. СПБ
Лит. Р. Голике С.П.Б

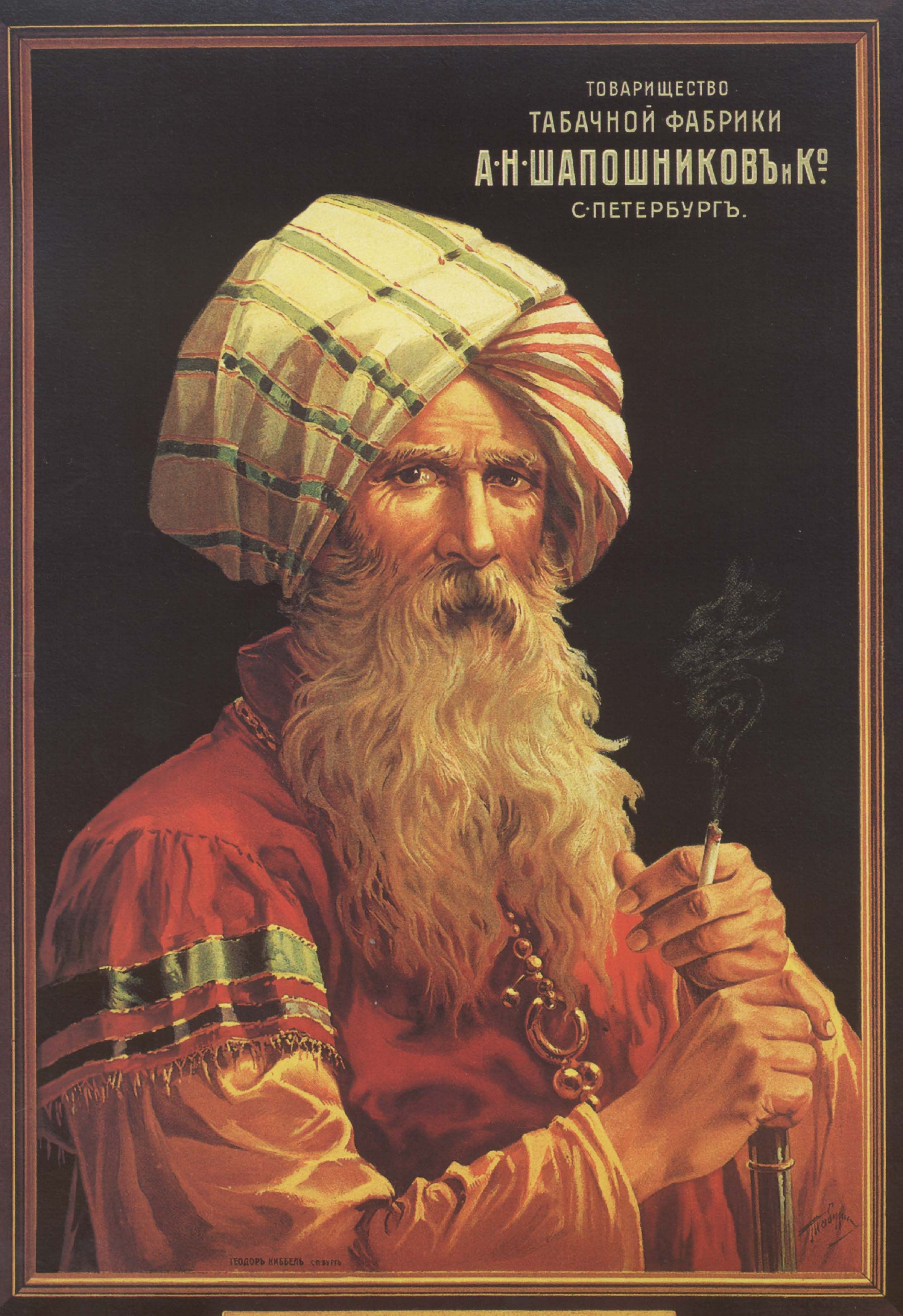

1896.
Пиво „Калинкинъ"
„Калинкинъ"
С·ПЕТЕРБУРГЪ
МОСКВА.


ФАБРИКИ „А. Ф. МИЛЛЕРЪ"
ТОРГ. ДОМЪ ОТТО ДЕМПКЕ и К°
С. ПЕТЕРБУРГЪ.
ПАПИРОСЫ
„ПУШКА"
5 шт. 2 коп.
Дозвол. цензур. С.П.Б. 8-го Апреля 1899 г.
Лит. ВЕФЕРСЪ и К° С.П.Б.


„ОТТОМАНЪ“
ТАБАЧНАЯ ФАБРИКА
ПАПИРОСЫ КРУЧЕНЫЯ
ЦАРСКІЯ
100 ШТУКЪ
1 руб. сереб.
ФАБРИКИ
ОТТОМАНЪ
40
ЮБЕКЪ
ИМПЕРІАЛЪ
ФАБРИКИ
ОТТОМАНЪ
С-ПЕТЕРБУРГЪ
Колокольная ул. № 8.


НОВАЯ
БАВАРІЯ.
Н.НОВГ.
1896Г.
АКЦІО-
НЕРНОЕ
ОБЩЕ-
СТВО
ПИВО-МЕДОВАРЕННАГО
ЗАВОДА
НОВАЯ
БАВАРІЯ
ВЪ С.ПЕТЕРБУРГѢ,
ПОЛЮСТРОВСКАЯ НАБ. 7, Т. 588.
ГЛАВН. СКЛ. МОСКВА.


ДѢДУШКА КУРИ
НАРЗАНЪ
ФАБРИКИ
ТОВАРИЩЕСТВА
С. ГАБАЙ
10 шт. 6 к.
НАРЗАНЪ
МОСКВА.


ТОВАРИЩЕСТВО
ТАБАЧНОЙ ФАБРИКИ
А·Н·ШАПОШНИКОВЪ и Ко.
С·ПЕТЕРБУРГЪ.
ТЕОДОРЪ КИББЕЛЬ С.П.БУРГЪ
Тво ТАБАЧН. ФАБР. А·Н·ШАПОШНИКОВЪ и Ко. С·ПЕТЕРБУРГЪ.
АДРЕСЪ ДЛЯ ТЕЛЕГРАММЪ: ПЕТЕРБУРГЪ „ДЕССЕРТЪ".


КОНЬЯКЪ
АКЦ. ОБЩ.
С.С.ТАМАЗОВА
ВЪ КИЗЛЯРѢ.


ВЫСОЧАЙШЕ
УТВЕРЖДЕННОЕ ТОВАРИЩЕСТВО
ТАБАЧНОЙ ФАБРИКИ
С. ГАБАЙ
ВЪ МОСКВѢ.
ОСОБЕННО РЕКОМЕНДУЕТЪ „ЛЮБИТЕЛЬСКІЕ" ТАБАКИ ВЪ 1 Р. 52 К. 1 Р. 28 К. И 1 Р. 08 К. ЗА ФУНТЪ.

„КРЕМЪ"

НЕ ТАБАКЪ А СЛИВКИ

1/4 ф. 40 к.
1/8 ф. 20 к.

КРѢПКІЙ
В. СРЕДНІЙ
СРЕДНІЙ



ТАБАЧНОЙ ФАБРИКИ

А·Н·ШАПОШНИКОВА

С-ПЕТЕРБУРГЪ

ПРОДАЕТСЯ ВСЮДУ.

Т. КИББЕЛЬ С.П.Б.


ГИЛЬЗЫ
„ПОБѢДА“
ИЗЪ ФРАНЦУЗСКОЙ
БУМАГИ
НЕ РАЗРЫВАЮЩІЯСЯ по ШВУ.
А. Койлю и Ко
С.П.Б.
СЪ ВАТОЙ
„ГАВАННА“
ТОРГОВАГО ДОМА
А. Койлю и Ко
С. ПЕТЕРБУРГЪ, ТВЕРСКАЯ №1.


Курите папиросы
фабрики
Торгов. дома
Бр. Кальфа
въ Харьковѣ.
„Тарасъ Бульба“
20 шт. 5 коп.
„Ярмарочныя“
20 шт. 5 коп.
папиросы
„Украинскія“
20 шт. 5 коп.
Гадалка
20 шт. 5 коп.
ТАБА



Товарищество табачной
фабрики
А. Н. Богдановъ и Ко.
С.-Петербургъ.
Кардинальныя 10 ш 10 к.
Грація 10 ш. 6 к.
Папиросы
высшаго качества
Капризъ
Цѣна 20 шт. 6 коп.
А. Н. Богдановъ и Ко.
86


ВСЕМІРНАЯ ПОБѢДА!
ПЕРВАЯ
СЪ ВИДНЫМЪ ШРИФТОМЪ И ВЪ МІРѢ
ЛУЧШАЯ
АМЕРИКАНСКАЯ ПИШУЩАЯ МАШИНА
УНДЕРВУДЪ
Underwood
Underwood
ВЫСШІЯ НАГРАДЫ НА ВСѢХЪ ВЫСТАВКАХЪ
ЗА ВЫДАЮЩІЯСЯ КАЧЕСТВА И ПРОЧНОСТЬ ПАТЕНТОВАННАГО МЕХАНИЗМА
ГЛАВНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ ДЛЯ ВСЕЙ РОССІИ
Г. ГЕРЛЯХЪ
ПЕТЕРБУРГЪ
Караванная 11
ВАРШАВА
Чистая 4
МОСКВА
Б. Лубянка 14
ПРЕДСТАВИТЕЛИ ВО ВСѢХЪ ВАЖНѢЙШИХЪ ГОРОДАХЪ


Русское
Общество
для выдѣлки и продажи
Пороха
Н.НОВГОРОДЪ 1896г.
Р.О.д.В.и П.П.
С.ПЕТЕРБУРГЪ
ЗАВОДСКОЕ КЛЕЙМО
С.Петербургъ, Казанская ул. д. №12.
ТЕОДОРЪ КИББЕЛЬ СП.БУРГЪ



КОМПАНІЯ ЗИНГЕРЪ



А·Н·БОГДАНОВЪ и Ко.

С·ПЕТЕРБУРГЪ.



ТУАЛЕТНОЕ МЫЛО



„А.М.ЖУКОВЪ“

С.ПЕТЕРБУРГЪ.



ПОСТАВЩИКЪ ДВОРА ЕГО ИМПЕРАТОРСКАГО ВЕЛИЧЕСТВА
1865
1870
1882
1896
ГАЛОШИ
1860
Т.Р.А.Р.М.
ПЕТРОГРАДЪ
ТРЕУГОЛЬНИКЪ
ТОВ. РОССІЙСКО-АМЕРИК. РЕЗИН. МАНУФ.
ТРЕУГОЛЬНИКЪ
18 65
ТРЕУГОЛЬНИКЪ

ПАПИРОСЫ

ПОЧТИ

„ДАРОМЪ"

20 ш.
6 коп.

ФАБРИКИ

„ДУКАТЪ"

МОСКВА.

ПАПИРОСЫ
ДЛИННЫЙ МУНДШТУКЪ
20 ш. 6 к.
ПОЧТИ
„ДАРОМЪ"

Хромо-лит. З. И. Маркусъ Петроградъ В. О. 10 лин. д. № 57



А.М.ЖУКОВЪ

С.ПЕТЕРБУРГЪ.

ХРОМОЛИТ. и ФАБР. ПЛАК. Т. КИББЕЛЬ. СПБ.


Т-во
РОССІЙСКО-АМЕРИКАНСКОЙ
РЕЗИНОВОЙ
МАНУФАКТУРЫ
С.ПЕТЕРБУРГЪ.
1860
Т.Р.А.Р.М.
С.ПЕТЕРБУРГЪ.


ГИЛЬЗЫ
ИСАДЖАНОВА
МОСКВА
НЕ РВУТСЯ ПО ШВУ



ПАРФЮМЕРІЯ
РУССКИХЪ БОЯРЪ
Т-ВА А. РАЛЛЕ и К-О

Лит. Т-ва А. А. Левенсонъ Москва


ТРЕУГОЛЬНИКЪ
ВЕЛО-
ШИНЫ
1860
Т.Р.А.Р.М.
С:ПЕТЕРБУРГЪ.
ТРЕУГОЛЬНИКЪ

ПАПИРОСЫ

„БАРЪ“



Т-во А·Н·БОГДАНОВЪ и К° С·П·Б·



ПУДРА
„ЛЕДА"
Т-ВО
А. РАЛЛЕ и Ко
МОСКВА.
ЛИТ. КИРСТЕНЪ. ПРЕЕМН. БР. МЕНЕРТЪ. МОСКВА.

САМЫЯ ЛУЧШІЯ ВЪ МІРѢ

ГАЛОШИ. ГАЛОШИ. ГАЛОШИ.

Т^{во} РОССІЙСКО-АМЕРИКАНСКОЙ
РЕЗИНОВОЙ МАНУФАКТУРЫ

1860
Т.Р.А.Р.М.
С.ПЕТЕРБУРГЪ.

КЛЕЙМО на подошвахъ РЕЗИНОВ. ГАЛОШЪ.

ПОЛНОЕ РУЧАТЕЛЬСТВО
ЗА ДОБРОКАЧЕСТВЕННОСТЬ.



Т-во ПРОВОДНИКЪ

ЛУЧШІЯ ВЪ МІРѢ **ГАЛОШИ**
Т-во ПРОВОДНИКЪ РИГА.

Т-во Р.-А.Р.Ф. «ПРОВОДНИКЪ» РИГА

ТЕОДОРЪ КИББЕЛЬ СПБ

БЕЗУСЛОВНОЕ РУЧАТЕЛЬСТВО
ЗА **ВЫСШУЮ ПРОЧНОСТЬ**
ГОДОВОЙ ОБОРОТЪ 25,000,000 р.


Наркомпищепром СССР
Главпарфюмер
КРЕМ „БЕЛАЯ НОЧЬ"
КРЕМ
ДУХИ
ПУДРА
„БЕЛАЯ НОЧЬ"
ИЗДАНИЕ БЮРО РЕКЛАМЫ НАРКОМПИЩЕПРОМА СССР
1-я ХУДОЖ. ЛИТОГРАФИЯ НАРКОМПИЩЕПРОМА С.С.С.Р. В.О. 10 ЛИНИЯ д. 37.


ТРУДЯЩИЕСЯ
НЕ СТРАШНЫ ДОРОГОВИЗНА и НЭП
ПОКУПАЙТЕ
ДЕШЕВЫЙ ХЛЕБ!
СЕЯННЫЙ
ОТ
15%
СКИДКИ!
ЧЕРНЫЙ
СИТНЫЙ
БУЛКИ
МАЯКОВСКИЙ
РОДЧЕНКО
ВО ВСЕХ
МАГАЗИНАХ И КИОСКАХ
МОССЕЛЬПРОМА
В ДВУХ ШАГАХ ОТ ЛЮБОГО ДОМА!


СТРАХОВОЕ ОБЩЕСТВО
РОССІЯ
СТРАХОВАНІЕ ПАССАЖИРОВЪ
БИЛЕТЫ ВЫДАЮТСЯ ЗДѢСЬ ПРИ КНИЖНОМЪ ШКАФѢ

МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННЫХ ТОВАРОВ ШИРОКОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ СССР



ХЛОПЧАТОБУМАЖНЫЕ ТКАНИ

НИГДЕ КРОМЕ

МАЯКОВСКИЙ

РОДЧЕНКО

КАК
В
МОССЕЛЬПРОМЕ

ЛУЧШИХ СОСОК

НЕ БЫЛО И НЕТ



ПРОДАЮТСЯ ВЕЗДЕ

РЕЗИНОТРЕСТ


ГУМ
ВЕРХНИЕ ТОРГОВЫЕ РЯДЫ
САМЫЙ ДЕЛОВОЙ
АККУРАТНЫЙ САМЫЙ
В
ГУМЕ
ОБЗАВЕДИСЬ
МОЗЕРОВСКИМИ ЧАСАМИ
РЕКЛАМ-КОНСТРУКТОР
МАЯКОВСКИЙ
РОДЧЕНКО


ПРИЕЗЖИЙ
С ДАЧ ИЗ ГОРОДОВ
И СЕЛ
НЕЧЕГО
В ПОИСКАХ
ТРЕПАТЬ ПОДОШВЫ
СРАЗУ
В ГУМЕ
НАЙДЕШЬ ВСЕ
АККУРАТНО
БЫСТРО
И ДЕШЕВО
!
ГУМ
РЕКЛАМ-КОНСТРУКТОР
МАЯКОВСКИЙ
РОДЧЕНКО


ЛЕНГИЗ
КНИГИ
ПО ВСЕМ
ОТРАСЛЯМ
ЗНАНИЯ
ЛЕНГИЗ

ТРЕХГОРНОЕ


ПИВО
ВЫГОНИТ ВОН
ХАНЖУ
И
САМОГОН
МАЯКОВСКИЙ
РОДЧЕНКО
МОССЕЛЬПРОМ


ЧИТАЕТСЯ ЕЖЕДНЕВНО МИЛЛИОНОМ ЛЮДЕЙ
ЛЕНИНГРАДСКИЙ
БЮРО РЕКЛАМ
Пл. Островского д. 7 тел. 189-08.
ОТКОМХОЗ
РЕКЛАМА В ТРАМВАЕ
!
ДЕШЕВА
РАЦИОНАЛЬНА
А. БУЛАНОВ
Издание Бюро Реклам Л. Г. О. К. Х.


ШОКОЛАД
МИНЬОН
ТРЕБУЙТЕ
КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ
ГОСФАБРИК
МОССЕЛЬПРОМ

МОТОЦИКЛ

ЗА 50 КОП.
В ЛОТЕРЕЕ



АВТОДОР

Издательство **АВТОДОР**

Отпечатано на машине Офсет.


ВСЕ,
ВЕЗДЕ
ПЬЮТ ВОДЫ
„ЗАРЯ“
(Б. КАЛИНКИН.)
ТРЕСТА
„ДРОЖЖПИВСПИРТ“
РОСТОВ Н/Д.
ДРОЖЖПИВСПИРТ
ЗАВОД
ЗАРЯ
Б. КАЛИНКИН.

МОССЕЛЬПРОМ

ПРАВЛЕНИЕ: МОСКВА, КАЛАШНЫЙ, 4/1.

КОФЕ КАКАО

ШОКОЛАД · КАРАМЕЛЬ · КОНФЕКТЫ

КОЛБАСА МАКАРОНЫ

ТАБАК · ПАПИРОСЫ · ГИЛЬЗЫ

ПИВО — ВОДЫ — ВИНА

НИГДЕ КРОМЕ КАК В МОССЕЛЬПРОМЕ

Издание Московского Агентства Трансгечати НКПС. Москва, Б. Лубянка, 15/17. Телефон № 3-99-41, 3-62-62 и 2-52-49.


МОССЕЛЬПРОМ
ТАБАЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ
МОССЕЛЬПР
МОССЕЛЬПРОМ
Cigarettes
ALLEGRO
НОТА
DELI
ЯВА
НОРД
ГАЛА
МАРС
КАЛЬЯН
Cigarettes
DOUCAT
ЗВОНЕЦ
LUX
Cigarettes
БОКС
ПАЧКА
Cigarettes
HERZEGOVINA FLOR
ИРИС
БЕКМ
ГОСТАБФАБРИК
ДУКАТ
ЯВА КРАСНАЯ ЗВЕЗДА.
BUL

НИГДЕ КРОМЕ КАК В



ПРОДУКТЫ
.ГОСУДАРСТВЕННЫХ ФАБРИК.

КУРИ

ПАЧКА

ПАПИРОСЫ

ГОСТАБФАБРИКА ДУКАТ ПАЧКА

ПАПИРОСЫ

„ПАЧКА"

НИГДЕ КРОМЕ КАК В

МОССЕЛЬПРОМе

Мосгублит № 36176. Тираж 20000

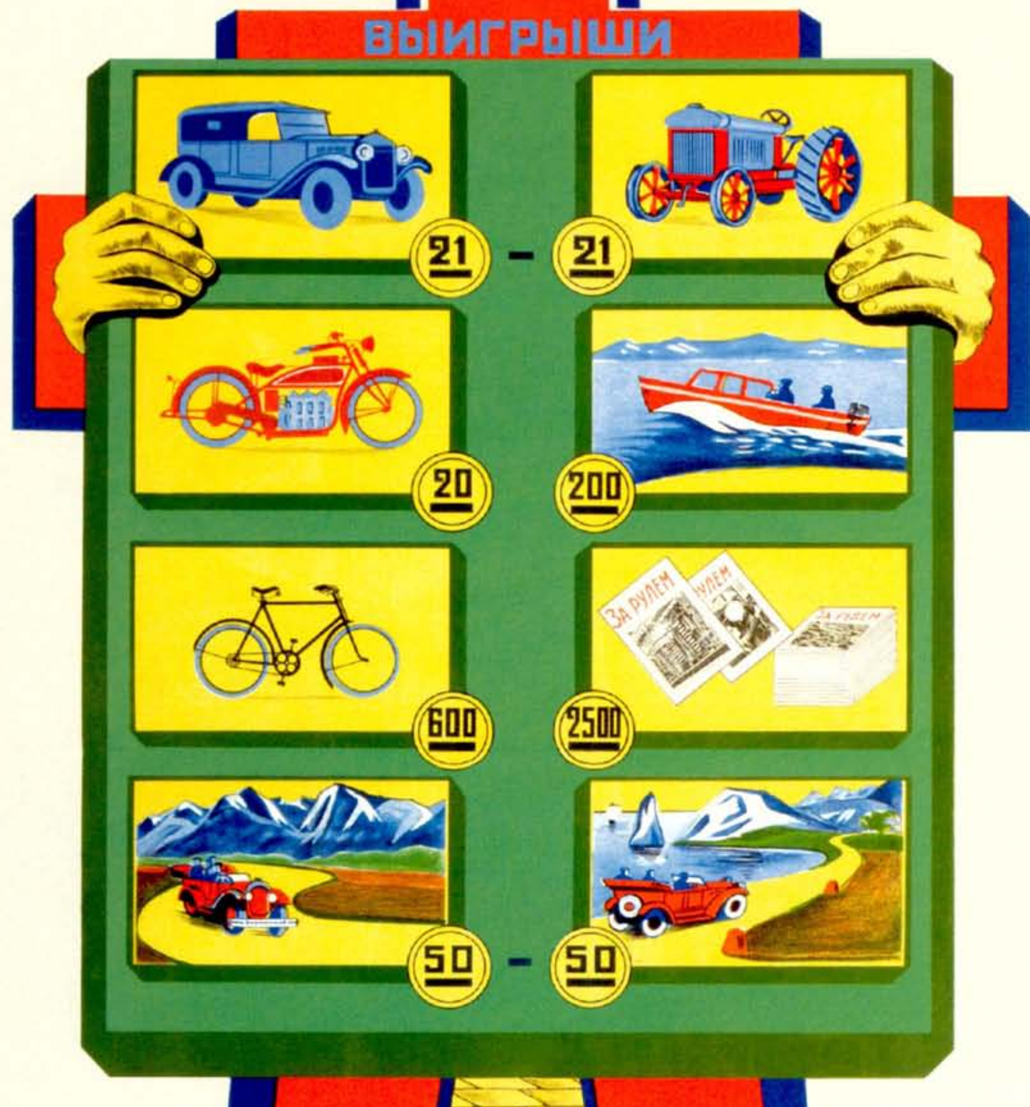
2-я Гос. Хромо-Лит. Моссполиграф. Москва, Щипок 18.


БУЛАНОВ
2-58-30
МОСКВА
Государственная
сберегательная
книжка
КТО-КУДА
А Я
В СБЕРКАССУ!

ЛОТЕРЕЯ АВТОДОР

ЦЕНА БИЛЕТА 50 КОПЕЕК



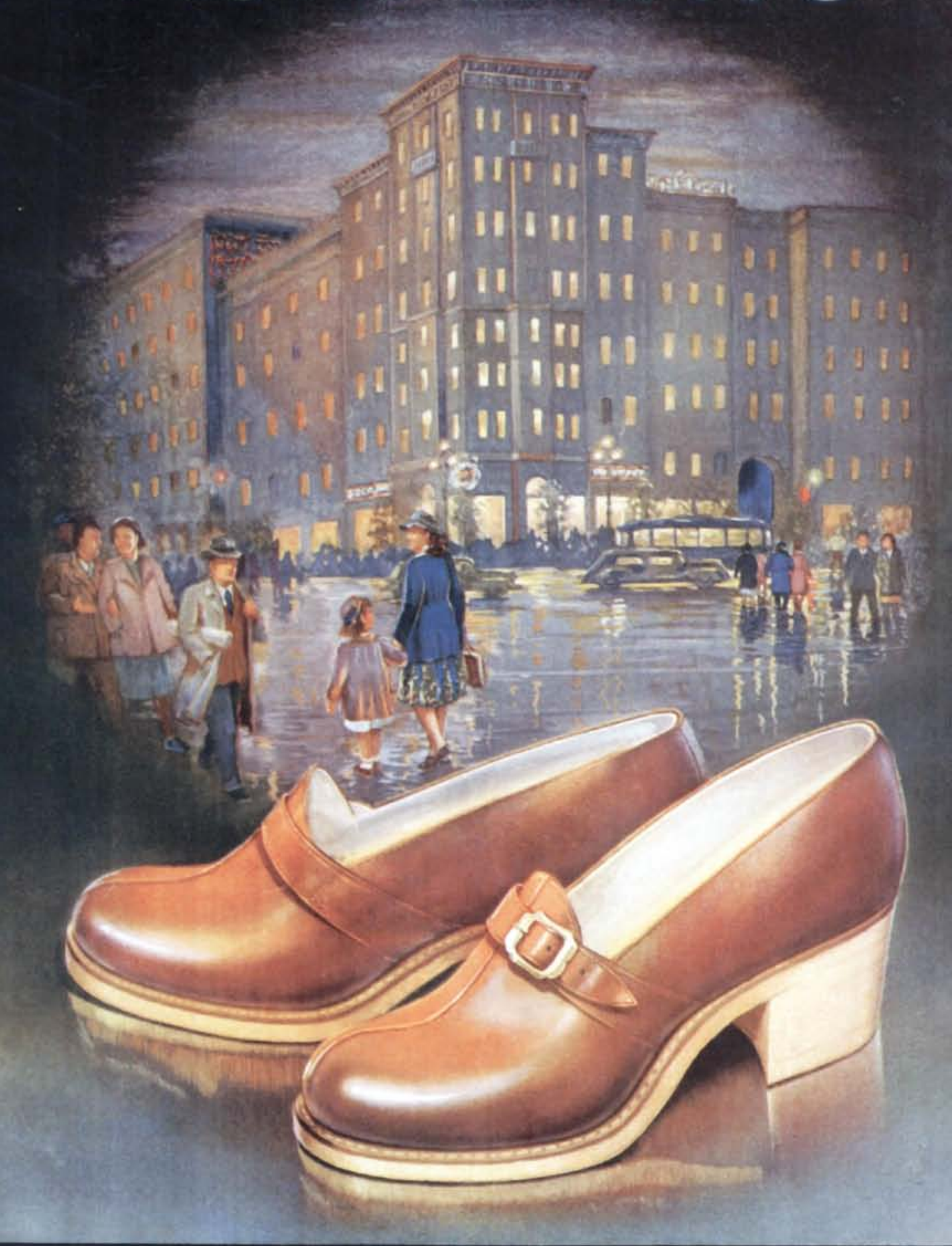




Издательство АВТОДОР

СССР
МИНИСТЕРСТВО ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
ГЛАВОБУВЬСБЫТ

ПОКУПАЙТЕ



МОДЕЛЬНУЮ ОБУВЬ
НА ОБЛЕГЧЕННОЙ ПОРИСТОЙ ПОДОШВЕ


МИНИСТЕРСТВО ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР
ГЛАВШВЕЙСБЫТ
ЧУЛКИ
Капрон
КРАСИВЫ, ПРОЧНЫ, ГИГИЕНИЧНЫ


Конечно, Крем-сода!
Крем сода
Заря
2ой Госзавод
Заря
Ростов н/Д

МИНИСТЕРСТВО ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР



Головные уборы



осенне-

зимнего

АССОРТИМЕНТА



РЕЗИНОТРЕСТ

МОСКВА

ГАЛОШИ С МАРКОЙ ТРЕУГОЛЬНИК:

В.С.Н.Х.
ГОС. ТРЕСТ
РЕЗИН.ПРОМЫШЛ.
С. С. С. Р.
МОСКВА

В КАЖДОМ КООПЕРАТИВЕ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ГАЛОШИ РЕЗИНОТРЕСТА


Я пью ПИВО и ВОДЫ
ТОЛЬКО ЗАВОДА
ЮЖНАЯ
БАВАРИЯ
г. СИМФЕРОПОЛЬ, УЛ. ВОРОВСКОГО 17, ТЕЛЕФ. № 2·95.



„Главунивермаг"

Головные уборы



ШЛЯПЫ
ИЗ ФЕТРА:
ВЕЛЮРОВЫЕ,
ШЕРСТЯНЫЕ,
ПУХОВЫЕ
И ПОД ЗАМШУ

ПРОДАЮТСЯ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ГЛАВУНИВЕРМАГА



ЛЕНИНГРАДСКИЙ ОБЛАСТЛИТ №29829 1200 экз. ИЗДАНИЕ РЕЗИНОТРЕСТА МОСКВА



Мосгублит № 6894. Тираж 4000


МИНИСТЕРСТВО ТОРГОВЛИ СССР
ГУ
Электро-
ПОЛОТЁР
СОХРАНЯЕТ СИЛЫ
ЭКОНОМИТ ВРЕМЯ
ПРОДАЕТСЯ В УНИВЕРСАЛЬНЫХ МАГАЗИНАХ ГЛАВУНИВЕРМАГА



ПРАВЛЕНИЕ
МОСКВА
ВЕРХНИЕ ТОРГОВЫЕ РЯДЫ
ПОМЕЩЕНИЕ
N 291-292
Вход с Ветошного переулка

ОТДЕЛЕНИЯ
Ленинград, Н. Новгород

ОПТОВО-РОЗНИЧНЫЕ
ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА
МАГАЗИНЫ

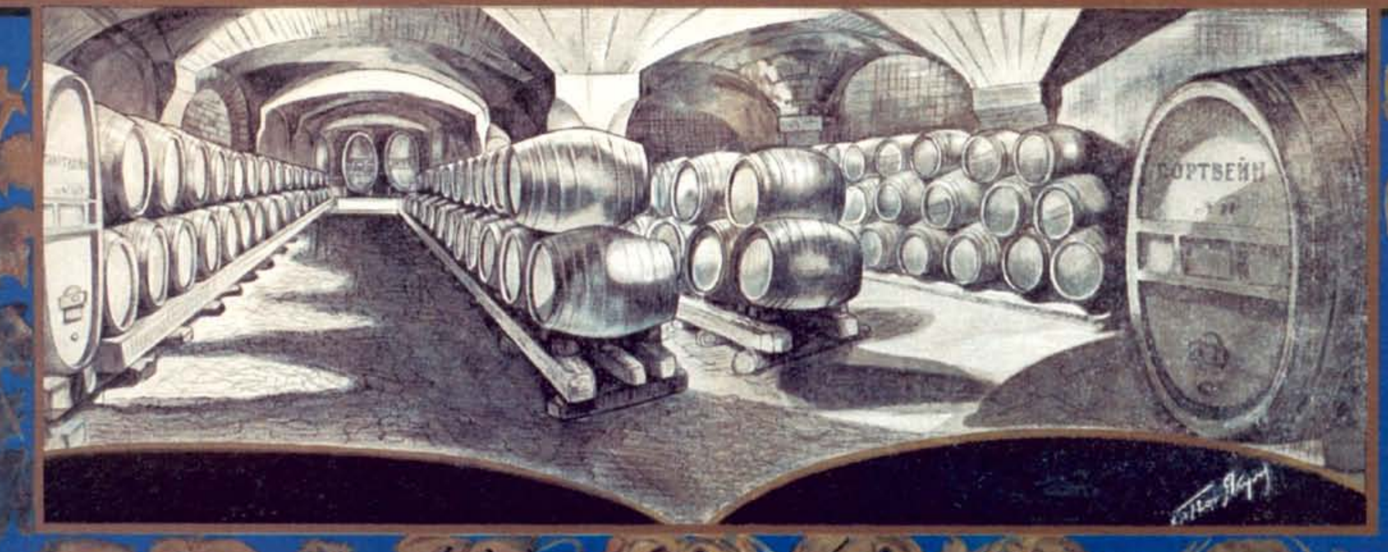
А О
ВТ

ВО ВСЕХ СССР ГОРОДАХ



Лучшие Русские и Заграничные
Вина Коньяки и Водочные Изделия







ГОС ТАБАЧНАЯ ФАБРИКА

ВЛАДИВОСТОК

ТИПО-ЛИТОГРАФИЯ ИОСИФА КОРОТЪ ВЛАДИВОСТОК.

ГУБЛИТ № 821. ТИР. 1000.


МИНИСТЕРСТВО ТОРГОВЛИ СССР
ГЛАВУНИВЕРМАГ
ГУ
Электро-
ПЫЛЕСОС
ХОРОШО и БЫСТРО
ОЧИЩАЕТ от ПЫЛИ
КОВРЫ
ОДЕЖДУ
МЕБЕЛЬ
СТЕНЫ
И ПОЛЫ
ПЫЛЕСОС
ДНЕПР



ГЕРКУЛЕС



ВОТ

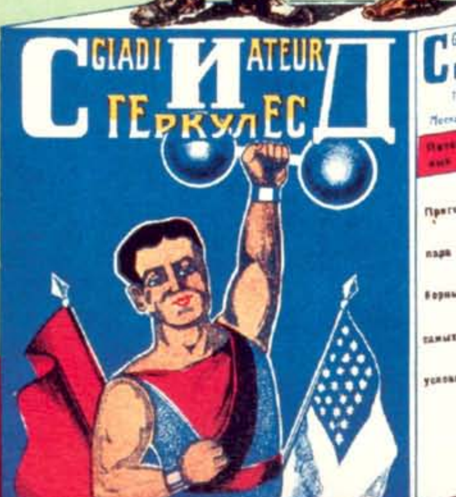
ЗАЛОГ ЗДОРОВЬЯ

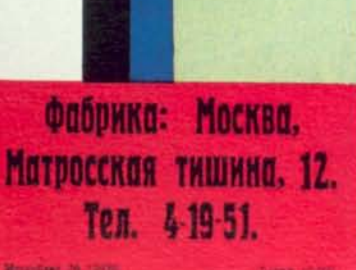




Здоровье каждому дано,
Да как-то все в обрез...

Так пейте-ж толокно
Завода „Геркулес!"



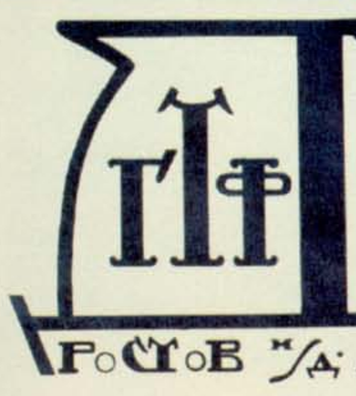


Торг. отд.
Москва, Тверская, 38.
Тел. 5-58-65.

Издание Сокольнич. Испр. Труд. Дома.

ВСЕ КУРЯТ

ДОНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ТАБАЧНАЯ ФАБРИКА
бывш.
В. И. АСМОЛОВ и Ко



ДОНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ТАБАЧН.
ФАБРИКА Б. АСМОЛОВА РОСТОВ Н/Д



ПАПИРОСЫ НАША МАРКА


Все курят
папиросы
БОКС
БОКС
МОССЕЛЬПРОМ
Мосгублит 19499 тираж 20.000.

ГЕРМАНСКАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ КОНЦЕССИЯ

ШТОК и К° в С.С.С.Р.



ШТОКО

ЛУЧШАЯ ДЛЯ ОБУВИ

ПАСТА

"ШТОКО"

ЛЕНИНГРАДСКИЙ ОБЛАСТЛИТ № 27664 2100 экз. ИЗДАНИЕ ШТОК и К° ЛИТ. ЛЕНИНГРАДСКОГО ТАБТРЕСТА, В. О. 10 ЛИН. 37

ПАПИРОСЫ













ВСЕ ДОНСКАЯ ГТ НАША Ф

"НАША МАРКА"

ХРОМО-ЛИТ. ДОНПОЛИГРАФБУМА РОСТОВ н/Д ЗАКАЗ № ДОНОКРЛИТ №



ВОДЫ-
НАПИТКИ
на чистом
рафинаде
из натуральных
фруктовых
настоев
ХЛЕБНЫЙ
КВАС
в сухом
и жидком
виде
на чистом
сахаре
МОССЕЛЬПРОМ
МОСК. ГОСЗАВОД ФРУКТ. И ИСКУССТВ.
МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД
РУСАКОВСКОЕ ШОССЕ 13.
ТЕЛ: 5-67-32 и 2-33-26.


ЛУЧШАЯ ТУАЛЕТНАЯ
КОСМЕТИКА
"AMERICAN UNION"
КРЕМ
МЫЛО
ПУДРА
ЛАК
ДЛЯ НОГТЕЙ
ЛИПОЛИН
ДЛЯ АЛОСТИ ГУБ
ИМША
ПРОТИВ ВЕСНУШЕК и ДЛЯ
БЕЛИЗНЫ и НЕЖНОСТИ КОЖИ
Imsha
American Powder
Imsha
ВЕСНУШЕК

ПАПИРОСЫ



ЛЕНИНГРАДСКИЙ

ГОС. ТАБАЧН. ТРЕСТ.

ЛЕНИНГРАДСКОГО ТАБТРЕСТА



МОССЕЛЬПРОМ
МСХК
ПРЕССОВАННЫЕ
500 ГРАММ
ДРОЖЖИ
МОСКОВСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ДРОЖЖЕВОЙ
ЗАВОД
№ 1-й
ПОДДЕЛКА ЭТИКЕТА
ПРЕСЛЕДУЕТСЯ ПО ЗАКОНУ

ДРОЖЖИ
ПЕКАРСКИЕ
МОССЕЛЬПРОМ
МОСКВА



БУКЕТ МОЕЙ БАБУШКИ

ТЭЖЭ–МОСКВА

КУСОК 15 КОПЕЕК



ЛЕНИНГРАДСКИЙ ОБЛАСТЛИТ № 13158 5300 экз. ИЗДАНИЕ ЛЕНИНГРАД. ТАБТРЕСТА ЛИТ. ЛЕНИНГРАДСКОГО „ТАБТРЕСТА", В. О. 10 лин. 57


МОРС
МОССЕЛЬПРОМ
МОСКВА
Мособлит № 8489.
Тираж 1.500 экз.


ГОСУДАРСТВЕННЫЕ
ПАРФЮМЕРНЫЕ ФАБРИКИ
ТЭЖЭ
ТЭЖЭ
МОСКВА.

А. Зеленский /29

ПУШКИ

ЛЕНИНГРАДСКОГО

ГОС. ТАБ. ТРЕСТА





MOSSELPROM

MOSCOU U.R.S.S.



Зубная паста

ХЛОРОДОНТ

НОВОСТЬ

ТРЕБУЙТЕ ВСЮДУ

В ПАЧКЕ

ПАПИРОСЫ

ПАПИРОСЫ

-САФО-

САФО

ЦЕНА 25 ШТ.
27 КОП.

ЛЕНИНГРАДСКИЙ
ГОС. ТАБАЧН. ТРЕСТ

ЛЕНИНГРАДСКИЙ ОБЛАСТЛИТ №27 552 3100 ЭКЗ. ИЗДАНИЕ ЛЕНИНГРАД-ТАБТРЕСТА ЛИТ. ЛЕНИНГРАДСКОГО ТАБТРЕСТА, В.О. 10 Я ЛИН. 57.

ФРУКТОВЫЕ И МИНЕРАЛЬНЫЕ ВОДЫ

ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ИЗ НАТУРАЛЬНОГО СОКА



ЛЕНИНГРАД


CHLORODONT
зубная паста
ХЛОРОДОНТ
Изд. Лаборатории ЛЕО-ДРЕЗДЕН Москва



Пишет перьями

1ой Гос. фабрики канц. принадлежностей

„Союз"

им. Л. Б. Красина

Заказы и запросы направлять — Акц. О-во „Международная книга"

Москва, Кузнецк. мост 18

Ленинград, пр. Володарского 53а

Ростов н/Д, пр. Буденного 26

Курите
папиросы
Дерби

Дерби

НАРКОМВНУТОРГ
СССР

Наркомпищепром СССР

ГЛАВПАРФЮМЕР

незаменимые
предметы
в дороге

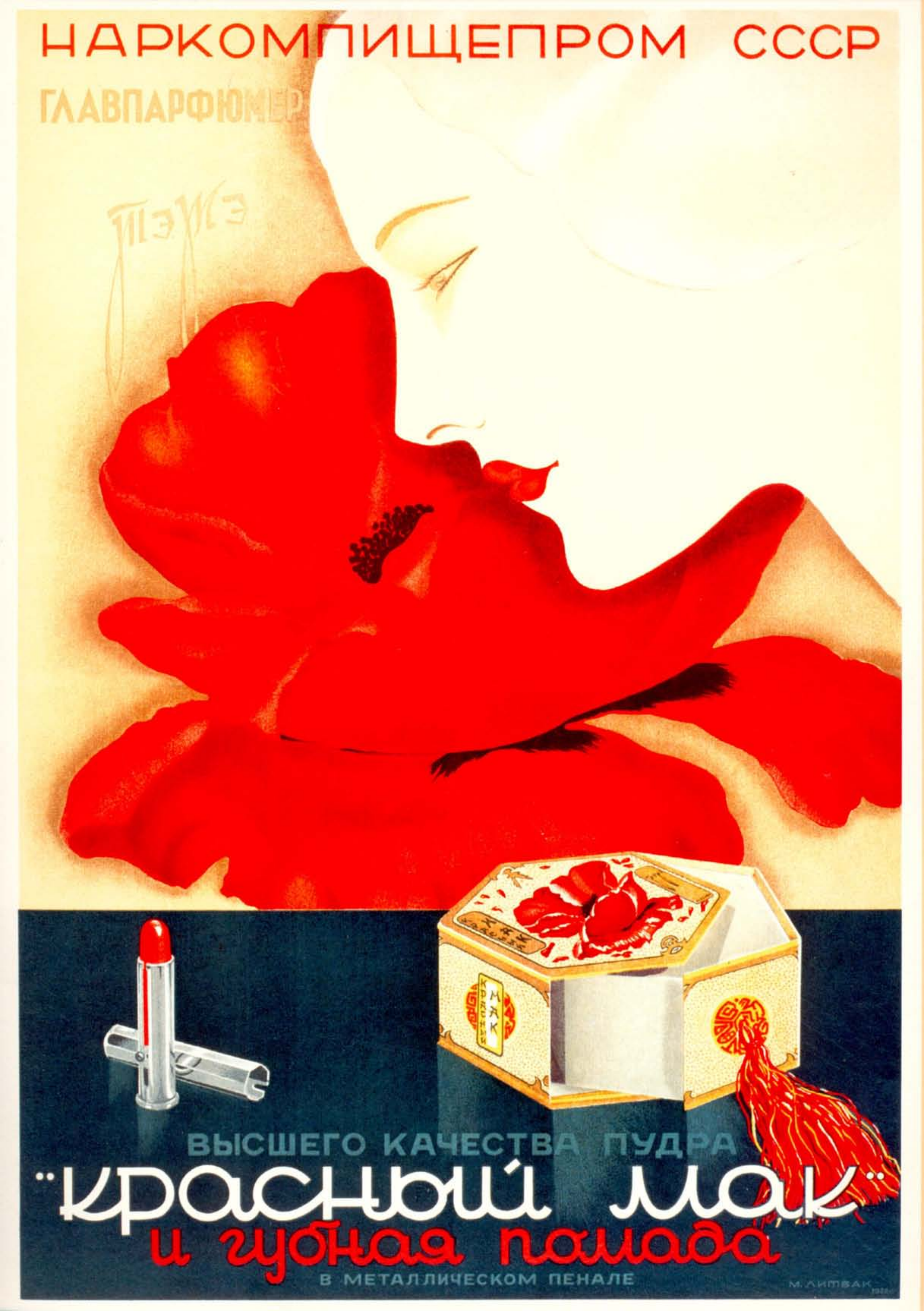


Тройной одеколон „Санит" зубная паста „Рекорд" мыло


МОСПОЛИГРАФ
Карандаш
„МОСПОЛИГРАФ"
МОСПОЛИГРАФ
М.С.Н.Х.



25 коп.
НАРКОМЛЕС ГЛАВСПИЧПРОМ
ПРОЛЕТАРСКОЕ ЗНАМЯ
Ф-ка
ЧУДОВО ЛЕНОБЛАСТИ
СССР
10 кор 25 коп
АРИФМЕТИКА ПРОСТАЯ-
ТРИ КОПЕЙКИ-КОРОБОК!
СРАЗУ ПАЧКУ ПОКУПАЯ
ЭКОНОМИШЬ ПЯТАЧЕК!
НАРКОМВНУТОРГ
СССР


НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР
ГЛАВПАРФЮМЕР
ТЭЖЭ
ВЫСШЕГО КАЧЕСТВА ПУДРА
„КРАСНЫЙ МАК"
И ГУБНАЯ ПОМАДА
В МЕТАЛЛИЧЕСКОМ ПЕНАЛЕ
М. ЛИТВАК

A.HAMMER



АМЕРИКАНСКАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ КОНЦЕССИЯ А.ГАММЕР

КАРАНДАШИ ПЕРЬЯ

МОСКВА — НЬЮ·ИОРК


ПЕЛЬМЕНИ
ЧИСТЫЙ ВЕС 500 ГРАММ
КСУС
ПЕЛЬМЕНИ
СССР
НАРКОМВНУТОРГ
ИЗД. РЕКЛАМБЮРО ГОСТОРГИЗДАТА



Мособлгорлит Г-25676. Тираж 50.000 экз. издание „СОЮЗПИЩЕПРОМРЕКЛАМА" Лит. Труд и Творчество


A. HAMMER
А. ГАММЕР
А. ГАММЕР
A. HAMMER
"Standard"
A. HAMMER "Standard" 1000 USSR
АМЕРИКАНСКАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ КОНЦЕССИЯ А. ГАММЕР.
МОСКВА КАРАНДАШИ ПЕРЬЯ НЬЮ-ИОРК

ПОКУПАЙТЕ

в КОНСЕРВАХ КУКУРУЗУ

ТОЛЬКО 5 МИНУТ

подержите вскры-
тую банку в кипятке,
затем прибавьте
молоко или масло
и у Вас

ГОТОВЫ СУП или КАША

ЦЕНА БАНКИ—1 руб.

ГОД
КОНСЕРВ
ИМ. М
СТ. КРЫМСКАЯ А
УКУРУЗА
ЦЕЛЬНАЯ

НАРКОМВНУТОРГ


Всем попробовать пора бы
Как вкусны и
нежны крабы
CHATKA
ЛУЧШИЕ КРАБЫ
НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР
ГЛАВРЫБА



КОРЕИЗ

ОРИНОКО
ПАПИРОСЫ

ЯЛТА

La Cubana
25 pieces

VIRA

ЧОНГ
ПАПИРОСЫ

ЛЮЛЬ
25 ШТУК

КЛУБ

ДЕ

БОР
ПАПИРОСЫ

MOTOR

КРОКОДИЛ

МАСКА

ОХО

И ТАБАКИ КРЫМТАБАКТРЕСТА

Типо-Литография В. Т. У. имени тов. ДУНАЕВА, Москва, Б. Полянка, 9

Мосгублит № 30462

Тираж 15.000


наркомпищепром ссср
главпарфюмер
ЗУБНОЙ ПОРОШОК
Гигиена
ТЭЖЭ
каждый школьник знает четко
эту фразу на зубок:
утром встал-зубная щетка,
а за нею порошок!

Наркомпищепром СССР

Главмясо

Горячие

Московские котлеты









НАРКОМВНУТОРГ

1936



9.VII.1936 г. Заказ № 2629. Тираж 40.000.


Наркомпищепром СССР
Главмясо
ТРЕБУЙТЕ ВСЮДУ
СОСИСКИ

НаркомПищеПром СССР

Главмясо

Куриный бульон

В КУБИКАХ

ТРЕБУЙТЕ ВСЮДУ


Свежи, как летом
КА
Плоды и ягоды
консервированные искусственным холодом
лучший десерт и диэтический продукт
вкус, аромат, витамины
сохранены
НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР ГЛАВХЛАДОПРОМ

НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР



Главликёрводка



СТОЛОВАЯ
ВОДКА
ПРИГОТОВЛЕНА
ИЗ СПИРТА
ВЫСШЕГО
КАЧЕСТВА


НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР
ГЛАВМАРГАРИН
СОУС
Майонез
НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР
Майонез
ГЛАВМАРГАРИН
ПРЕКРАСНАЯ ПРИПРАВА КО ВСЕМ ХОЛОДНЫМ МЯСНЫМ, РЫБНЫМ И ОВОЩНЫМ БЛЮДАМ.
БАНКИ ПРИНИМАЮТСЯ МАГАЗИ-НАМИ ОБРАТНО.
С.ПРОКОПЦЕВ 1938



В ХОЗЯЙСТВЕ
ЛЕД
НЕОБХОДИМ

Наркомпищепром СССР
Главхладопром











Мособлгорлит № Г 34221 Тираж 10.000 экз. Издание „СОЮЗПИЩЕПРОМРЕКЛАМА“ лит. „Труд и творчество“ 1938


НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР
ГЛАВКОНДИТЕР
Этой марки
ТАРТАЛЕТКИ
1я гос. Бисквитно шоколадная ф-ка им. К. Самойловой Ленинград
Продажа всюду
С.ТАРАСОВ
любят
взрослые и детки!


Пастеризованное молоко в бутылках
ПРОДУКТ ВЫСШЕГО КАЧЕСТВА
НАРКОМПИЩЕПРОМ С·С·С·Р·
ГЛАВМОЛОКО
НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР ГЛАВМОЛОКО
НЕ ТРЕБУЕТ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО КИПЯЧЕНИЯ
НЕ ПЕРЕЛИВАЙТЕ В ДРУГУЮ ПОСУДУ ДО МОМЕНТА ПОТРЕБЛЕНИЯ.



Наркомпищепром СССР Главликерводка
Рябиновые настойки
Нежинская
Нежинская Рябина
Рябина
Рябиновая
Завода
Главликерводки
НАРКОМПИЩЕПРОМ
ГЛАВЛИКЕРВОДКА
СССР

Наркомпищепром СССР

ГЛАВКОНДИТЕР



ПОВИДЛО

Ф-К ГЛАВКОНДИТЕРА

зимой и летом
вкусно и полезно



СЛИВОЧНОЕ · ШОКОЛАДНОЕ · КОФЕЙНОЕ · ОРЕХОВОЕ

мороженое

ГЛАВМОЛОКО

НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР



Ленгорлит от 23/V 40 г. Заказ № 2649 Тираж 3000 Изд. СОЮЗПИЩЕПРОМРЕКЛАМА Отв. редактор ФЛЕРОВСКИЙ 1-я Худож. Литография. Л. д. В. О., 10 линия, д. 37


Наркомпищепром СССР
МОРОЖЕНОЕ
ТРЕБУЙТЕ ВСЮДУ
Главхладопром



Наркомпищепром С.С.С.Р.
Главкондитер
ирис


НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР
ГЛАВКОНСЕРВ
ТОМАТ
ПАСТА ПЮРЕ


Наркомпищепром СССР
высшего качества
МОРОЖЕНОЕ
требуйте всюду
главхладопром

НАРКОМПИЩЕПРОМ
С·С·С·Р
ГЛАВКОНСЕРВ







ПЕЙТЕ
НАТУРАЛЬНЫЕ
СОКИ


ВИНОГРАДНЫЕ ВИНА
СОВХОЗОВ НАРКОМЗЕМА
Р.С.Ф.С.Р.
Садвинсовхоз


в магазинах союзмехторга
имеются
в большом выборе
беличьи манто
А. КОЛТУНОВИЧ
Л. ЗОЛОТАРЕВСКИЙ

Курите ароматные

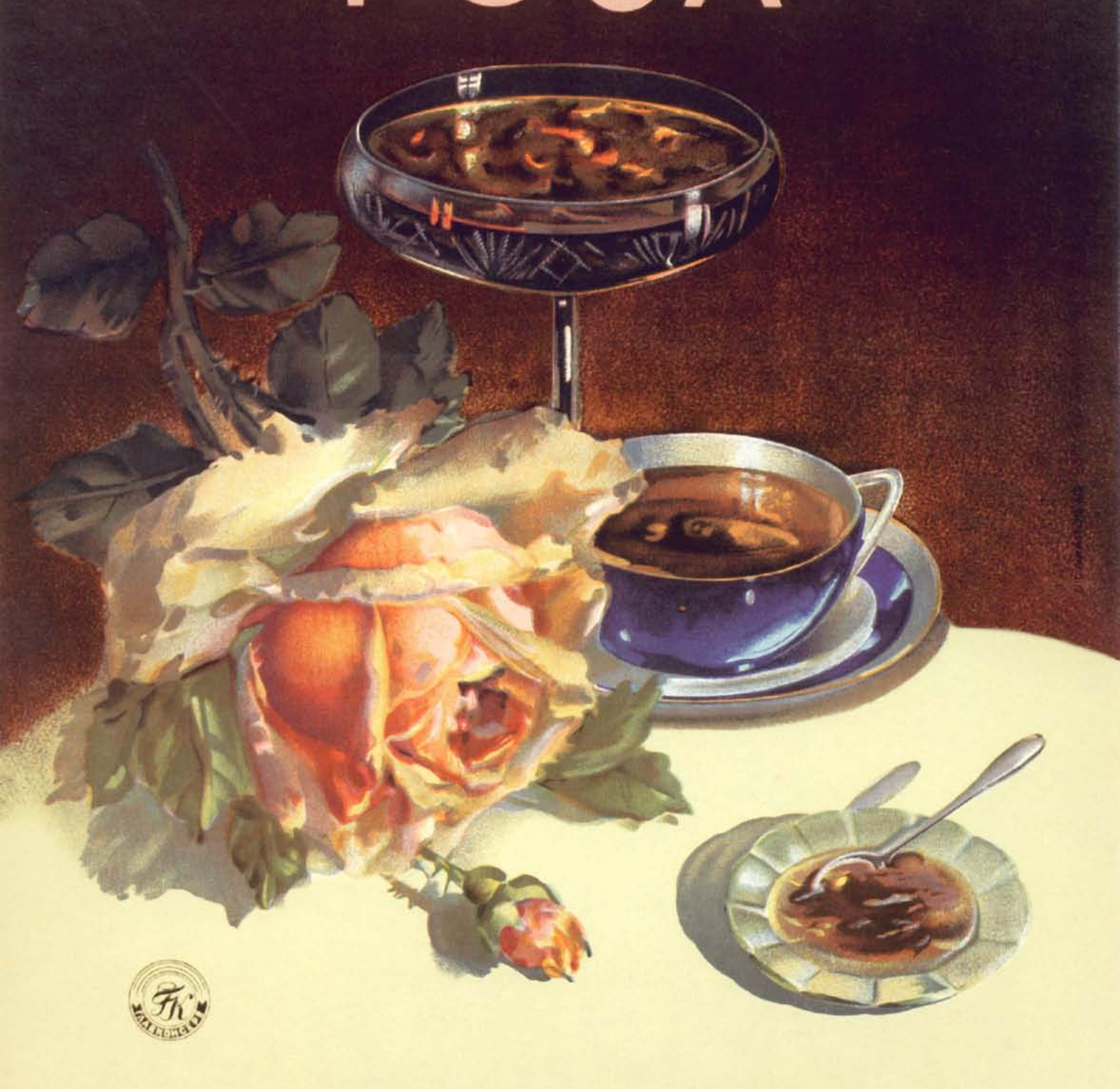


СИГАРЫ

МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР

Главконсерв

ВАРЕНЬЕ РОЗА



АРОМАТНО, ВКУСНО К ЧАЮ


Сигары
СЕВЕР
КУРИТЕ
СИГАРЫ
СЕВЕР


ММП · РСФСР · ТРЕСТ МОСГОРМЕСТПРОМ
ЗАВОД „КРАСНАЯ ЗВЕЗДА"
КЗ
ДЛЯ ЧИСТОТЫ, МЯГКОСТИ И ЛЕГКОСТИ БРИТЬЯ
ПОДБИРАЙТЕ СООТВЕТСТВУЮЩУЮ МАРКУ
Лезвия
ЗВЕЗДА
ТУРИСТ
„ТУРИСТ"
0,13 мм для жесткой бороды
„ЭКСТРА"
0,10 мм для средней жесткости
„ЗВЕЗДА"
0,08 мм для мягкой бороды
ЯКОВЛЕВ В. МАСЛОВ М. 46
ПЕРЕД БРИТЬЕМ ВЫМОЙТЕ ЛИЦО. 2. ОБИЛЬНО НАМЫЛЬТЕ ЛИЦО ГОРЯЧЕЙ МЫЛЬНОЙ ПЕНОЙ. 3. РУЧКУ БРИТВЫ НЕ ДОВОРАЧИВАЙТЕ НА ¼-½ ОБОРОТА. 4. КОСЫМ ДВИЖЕНИЕМ БРИТВЫ И ПРАВИЛЬНЫМ УГЛОМ НАКЛОНА ЕЕ ВЫ ОБЛЕГЧИТЕ СРЕЗ ВОЛОСА. 5. ПОСЛЕ БРИТЬЯ НАСУХО ВЫТРИТЕ И ЗАВЕРНИТЕ ЛЕЗВИЕ В КОНВЕРТИК



ЦИТРУСОВЫЙ СОК

НАТУРАЛЬНЫЙ НАПИТОК


НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР „ГЛАВТАБАК"
С. САХАРОВ
КУРИТЕ
КАПИТАНСКИЕ
СИГАРЫ


Главтабак

МИНИСТЕРСТВО
ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР
Главтабак

Курите
СИГАРЕТЫ



И. РОЗАНОВ С. САХАРОВ



СВЕЖЕЗАМОРОЖЕННЫЙ
ЗЕЛЕНЫЙ ГОРОШЕК
15 МИНУТ ВАРКИ – ОТЛИЧНОЕ БЛЮДО

СССР НАРКОМПИЩЕПРОМ РСФСР

РОСГЛАВПИВО



ФРУКТОВЫЕ ВОДЫ

С. САХАРОВ


МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР
Главтабак
ВОЕН. МОР. ФЛОТ
КУРИТЕ
СИГАРЕТЫ
АВРОРА
АВРОРА

МИНИСТЕРСТВО МЯСНОЙ И МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР

ГЛАВХЛАДОПРОМ



ПОКУПАЙТЕ ЛЁД

ЛЁД

СОХРАНЯЕТ СВЕЖЕСТЬ ПРОДУКТОВ

ТРЕБУЙТЕ ВО ВСЕХ АПТЕКАХ

SET

TECHNOEXPORT



MOSCOW



ПОКУПАЙТЕ
МОРОЖЕНОЕ
ГЛАВХЛАДОПРОМА

МИНИСТЕРСТВО ТОРГОВЛИ СОЮЗА ССР

ГЛАВХОЛОД



СВЕЖЕЗАМОРОЖЕННЫЕ
ПЛОДЫ и ЯГОДЫ

КЛУБНИКА, МАЛИНА, ВИШНЯ, СЛИВА, АБРИКОСЫ, ЯБЛОКИ и ДЫНЯ.

TECHNOEXPORT

MOSCOW



UNION

МИНИСТЕРСТВО ТОРГОВЛИ СССР



МОРОЖЕНОЕ

МИНИСТЕРСТВО ТОРГОВЛИ СОЮЗА ССР

ГЛАВХОЛОД





ДЕТЯМ ВСЕМ ПОЛЕЗЕН ДЖЕМ


Министерство пищевой промышленности СССР
ГЛАВПИЩЕКОНЦЕНТРАТ
Пейте
КОФЕ
НАТУРАЛЬНЫЙ
ПЕРВЫЙ СОРТ
НАТУРАЛЬНЫЙ КОФЕ

МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР • ГЛАВВИТАМИНПРОМ



ВИТАМИНЫ ПОМОГАЮТ СТАТЬ
ЗДОРОВЫМ, СИЛЬНЫМ, ВЫНОСЛИВЫМ.



ВКУСНО И ПИТАТЕЛЬНО

Покупайте какао „ЗОЛОТОЙ ЯРЛЫК“ и „НАША МАРКА“
во всех продовольственных магазинах



МОЖНО КУПИТЬ В МАГАЗИНАХ
ПОТРЕБКООПЕРАЦИИ

Министерство пищевой промышленности СССР

Пользуйтесь

ЗУБНЫМ ПОРОШКОМ

Зубной порошок Рекорд

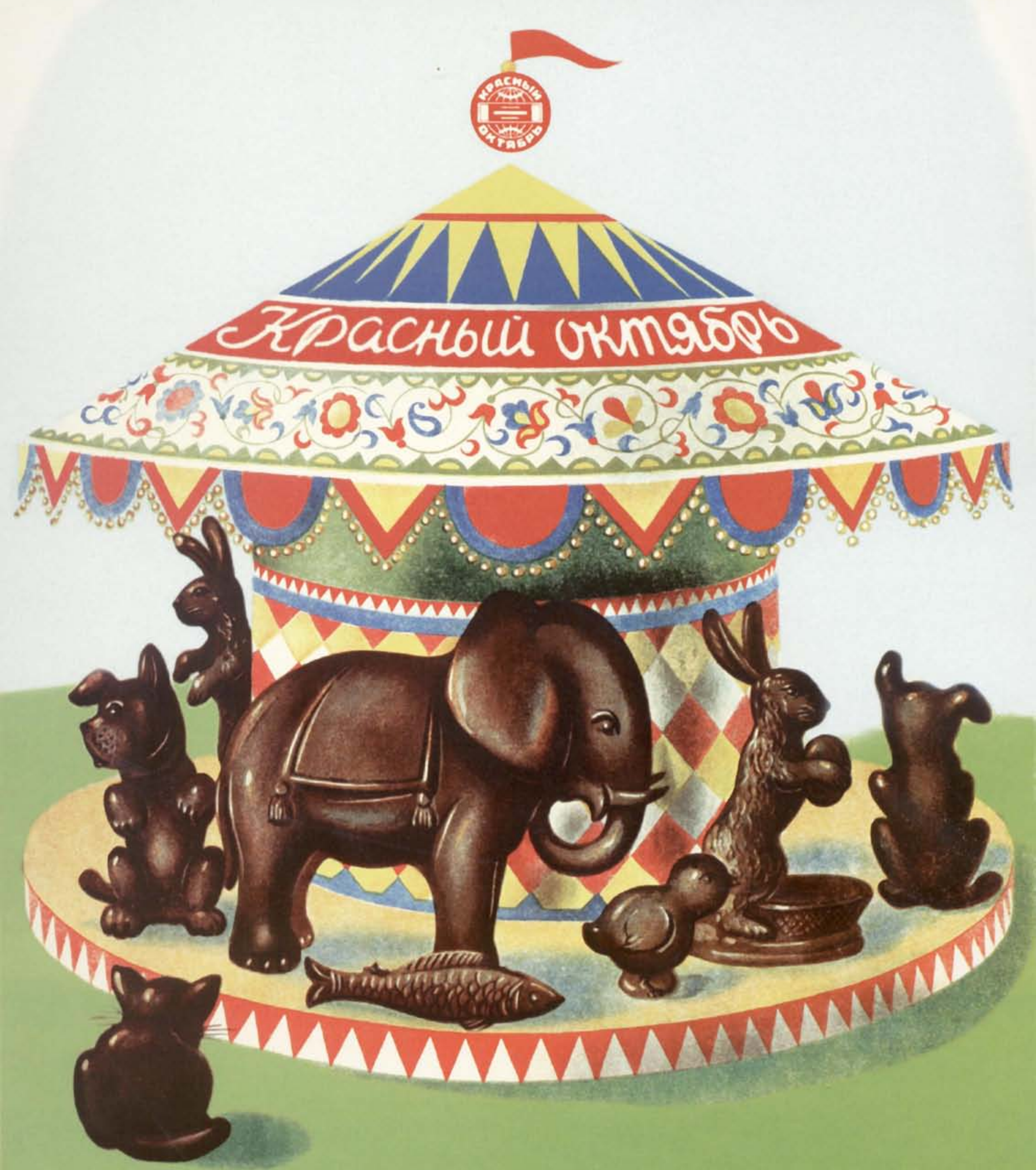
„МЕТРО"
Зубной порошок

Ф-КА «СВОБОДА» МОСКВА

ЗУБНОЙ ПОРОШОК
Освежающий

Главпарфюмер

ФИГУРНЫЙ ШОКОЛАД



Купили-ль Вы сыночку иль дочурке
В подарок шоколадные фигурки?

МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР ГЛАВКОНДИТЕР

Министерство пищевой промышленности СССР

ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ШАМПАНСКИХ ВИН



Советское Шампанское

ЛУЧШЕЕ ВИНОГРАДНОЕ ВИНО


МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР
Главпарфюмер
Маки
духи и
одеколон
маки



ГЛАВКОНДИТЕР



ШОКОЛАДНЫЕ НАБОРЫ

КОНДИТЕРСКОЙ ФАБРИКИ

Красный Октябрь

ГЛАВЛИКЕРВОДКА



АРОМАТНЫ И ВКУСНЫ

Ликеры



МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР
Главпарфюмер
Духи и
Одеколон
маки
Маки

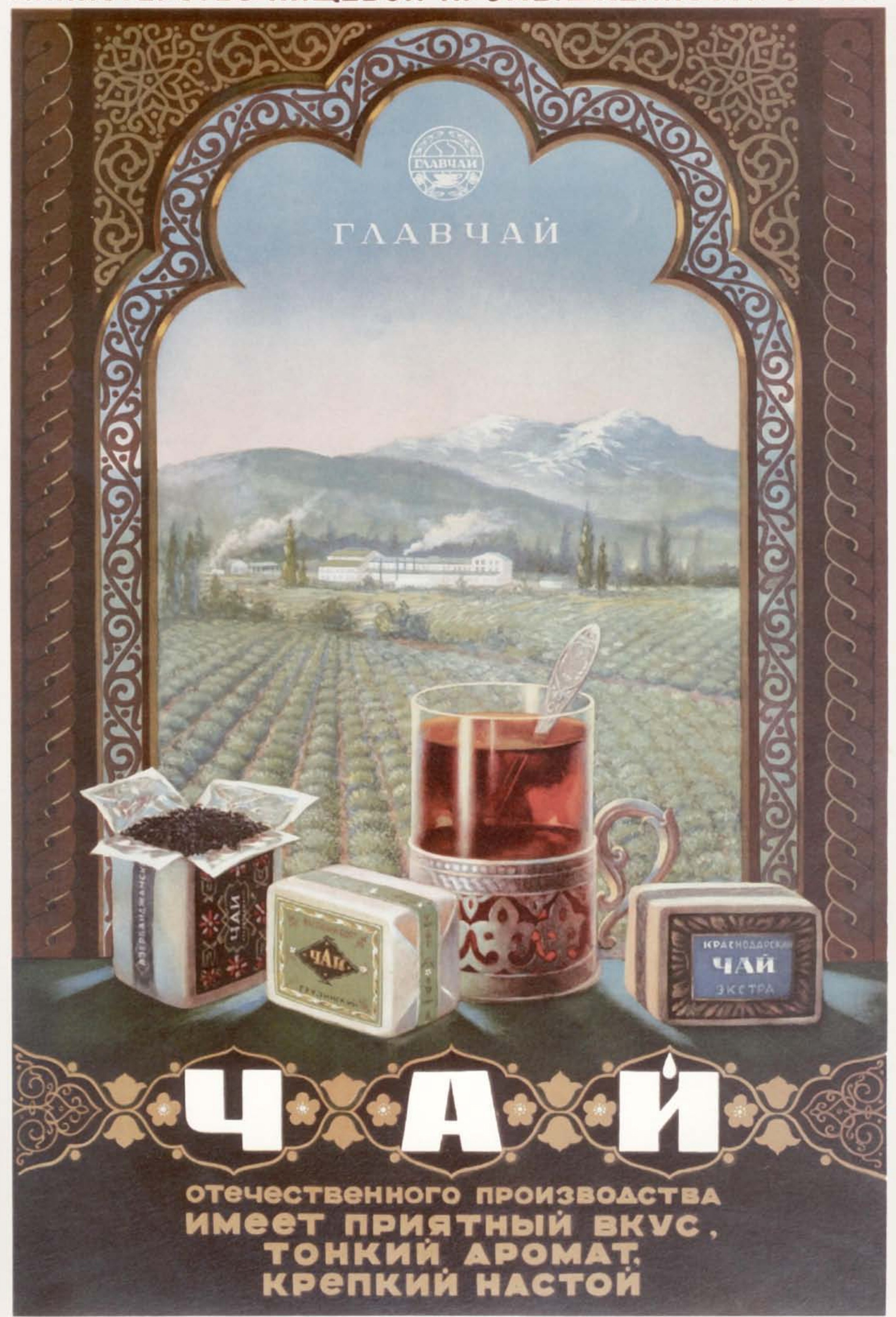

МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ РСФСР
Пейте
ЧАЙНЫЕ
НАПИТКИ
ФРУКТОВО-ЯГОДНЫЙ
ЧАЙ
ФРУКТОВО-ЯГОДНЫЙ
ЧАЙ
Аромат
ЗЕМЛЯНИЧНЫЙ
ЧАЙ
ЧАЙ
ФРУКТОВО-ЯГОДНЫЙ
ТРЕСТА
РОСКОФЕЦИКОРПРОДУКТ


ЛУЧШИЕ
ЛИКЕРЫ и НАЛИВКИ
заводов
Главликерводки
ГВАРДЕЙСКИЙ
АЙВОВАЯ
МИНПИЩЕПРОМ
ГЛАВЛИКЕРВОДКА
СССР



РЕБЯТАМ ОБЯЗАТЕЛЬНО ЧИСТИТЬ ЗУБЫ ТЩАТЕЛЬНО

МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР



Художник Циров Ю. М.

СОЮЗПИЩЕПРОМРЕКЛАМА
1952

БЕСПЛАТНО

СССР МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РСФСР

Росглаввино

СИДР

ПОЛУСУХОЙ

Росглаввино

СИДР

ОСВЕЖАЮЩИЙ, ГАЗИРОВАННЫЙ НАПИТОК,
ИЗГОТОВЛЕН ИЗ НАТУРАЛЬНОГО СОКА
ЛУЧШИХ СОРТОВ ЯБЛОК.

крепость до 7°



МИНИСТЕРСТВО ЛЕГКОЙ и ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР

Главрасжирмасло



МАРГАРИН



Главдорресторан юга

ИМЕЮТСЯ В ПРОДАЖЕ

БЛИНЫ





КРАБОВЫЕ КОНСЕРВЫ

ВКУСНАЯ НЕЖНАЯ ЗАКУСКА

Министерство рыбной промышленности СССР



ИКРА

ЗЕРНИСТАЯ, ПАЮСНАЯ И ПАСТЕРИЗОВАННАЯ



МИНИСТЕРСТВО МЯСНОЙ И МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РСФСР
РОСГЛАВМЯСО
РОСГЛАВМЯСО
РСФСР
сибирские
ПЕЛЬМЕНИ
РОСГЛАВМЯСО
ПЕЛЬМЕНИ
СИБИРСКИЕ, МЯСНЫЕ

МИНИСТЕРСТВО РЫБНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР · ГЛАВРЫБСБЫТ ·



КОНСЕРВЫ НАТУРАЛЬНЫЕ

МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР
ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ШАМПАНСКИХ ВИН

Советское Шампанское

полусухое

Слава

С новым годом, дорогие товарищи!

Министерство Пищевой Промышленности СССР

ГЛАВМАРГАРИН



Майонез

ЛУЧШАЯ ГОТОВАЯ
ПРИПРАВА

К ОВОЩНЫМ, РЫБНЫМ
И МЯСНЫМ БЛЮДАМ

ОТЛИЧНАЯ ЗАКУСКА



МИНИСТЕРСТВО РЫБНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР – ГЛАВРЫБСБЫТ

МИНИСТЕРСТВО РЫБНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР

ГЛАВРЫБСБЫТ



ИКРА

ОСЕТРОВЫХ РЫБ - ЗЕРНИСТАЯ И ПАЮСНАЯ -
ВКУСНЫЙ ПИТАТЕЛЬНЫЙ ПРОДУКТ


МИНИСТЕРСТВО МЯСНОЙ И
МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РСФСР
РОСГЛАВМЯСО
РСФСР
РОСГЛАВМЯСО
СОСИСКИ

ИСКУССТВО УБЕЖДАТЬ

«Многие из русских полагают, что реклама (в каком бы виде она не появлялась) не более, как одно из орудий *надувательной* системы и поэтому, безусловно, вредна»[1]. Это мнение, бытовавшее в России в начале девяностых годов прошлого века, говорит о неразвитости нового коммуникативного средства, о недоверии к его деловым и тем более эстетическим возможностям. Однако жизнь скоро опровергла это суждение: уже через десятилетие торгово-промышленную рекламу признавали «двигателем торговли», а в издании 1911 года можно было прочитать следующие строки: «Если вывеску называют визитной карточкой купца, то плакат можно назвать его вояжером. Плакат рассылается повсюду, как частным лицам, так и в торговые учреждения. В любом городе, городке или деревне не найдете почти ни одного магазина, ни одной лавченки, где бы на стенах, на дверях, в окнах не было бы вывешено плакатов»[2].

Такому быстрому внедрению рекламного плаката в деловую жизнь, в городскую среду благоприятствовали экономические и культурно-эстетические предпосылки. В России развивалось капиталистическое хозяйство, рос внешний и внутренний рынки, обострялась конкуренция между отечественными предпринимателями и в их совместной борьбе с иностранным капиталом. Растущее производство и технический прогресс требовали активных, действенных, мобильных средств информации и общения. В начале XX века плакат принадлежал именно к их числу: тираж позволял ему распространяться по всей стране, проникать в самые отдаленные места; развеска на людных местах обеспечивала массового зрителя, а визуальный характер информации, художественная форма неизменно привлекали внимание.

Становление русского плаката по времени совпадает с утверждением в России стиля модерн. Эстетические принципы стиля — адресованное массовому зрителю, демократичность, стремление к эстетическому преобразованию среды, — отвечали самой природе плакатного искусства. Международная выставка художественной афиши, состоявшаяся в 1897 году в Санкт-Петербурге и Москве, а в следующем году — в Киеве, показала плакат еще и как оригинальную область художественного творчества, заинтересовавшую многих известных мастеров, в том числе принадлежавших к «Миру искусства». Их усилиями художественный уровень русского плаката был поднят до высокой планки. Однако торгово-промышленная реклама не входила в круг их интересов, и только И. Я. Билибин создал несколько произведений в этом жанре, поставив на них свою монограмму. Это важно отметить потому, что в основном торговая реклама анонимна. Известные имена ее создателей можно пересчитать по пальцам. Не исключено, что владельцы фирм и предприятий намеренно скрывали имена художников, боясь, чтобы конкуренты их не переманили, — именно так обстояло дело с мастерами этикетки[3].

Осваивая экономическое и художественное пространство, торгово-промышленная реклама опиралась на опыт своих предшественников и современных родственных видов рекламы и графики. Она училась у текстовой вывески приемами броского выделения текста и прежде всего, — названия фирмы; у живописной вывески — яркости и завлекательности в изображении предметов; у витрин — умению компоновки товаров, мастерству их демонстрации; у торговых каталогов и прейскурантов — вниманию к деталям. Миниатюрные рекламные издания — открытки, вкладные карточки, этикетки, упаковки — плакат нередко воспроизводил, увеличивал, выносил на всеобщее обозрение, популяризировал в городской среде. Торговые знаки, марки и даже персонажи, повторяясь в разных формах и вариантах, повсюду подстерегали зрителя, возможного покупателя, запоминаясь, укрепляясь в сознании как обязательный элемент современной жизни, современного быта. Молодая женщина в старинном русском одеянии за швейной машинкой рядом с огромной буквой «З» заселила дореволюционные русские города. Этот торговый знак швейных машин компании Зингер, встречал жителей повсюду: на улицах, площадях, фасадах зданий — в виде огромного панно, на уличных стендах, в витринах и интерьерах магазинов в виде плаката, на страницах журналов и газет. Его изобра--жение варьировалось открытками: на почтовой карточке для деревни В. Табурин, автор рекламного плаката, изобразил знаменитую швейную машинку в крестьянской избе. Нравоучительный текст обещал благополучие и богатство дому, хозяин которого приобретет это чудо. Можно указать на примеры повторения плакатом конфетной обертки («Карамель *Би-Ба-Бо»)* или книжной страницы.

Требования экономики, рынка, диктовали рекламе разные задачи, разные приемы общения со зрителем. Иногда для первого знакомства было достаточно закрепить в памяти человека название товара и дать представление об его внешнем виде («Шведские нефтяные двигатели *Аванс»,* «Первая лучшая американская пишущая машина *Ундервуд»).* Но информационная, утилитарная функция в чистом виде не присуща плакату и обычно совмещается с другой или другими. Для того, чтобы вызвать активный интерес обывателя, склонить его к покупке, «обыгрываются» иные мотивы. Одним из самых действенных зарекомендовал себя мотив престижа. Русская реклама обязана ему сюжетами, связанными с новинками науки и техники («Пиво. Воды. Шаболовский завод Карнеев, Гор-шанов и К°»), с именами и портретами известных лиц («Герой. Белый генерал [Скобелев]. Папиросы фабрики Колобова и Боброва»), с историческими сюжетами и актуальными темами современности: например, в период русско-японской войны реклама папирос фабрики А. Н. Богданова приобрела вид народного лубка с популярными батальными сценами на суше и на море. Сюжеты плакатов часто определялись названиями товаров и продуктов, рекламными по своей сущности: папиросы «Стенька Разин», «Парфюмерия *Наполеон»* и т. п. Мотив престижности «разыгрывался» в забавных сценках, нравоучительных или юмористических, например беседы двух персонажей — бедного простачка и состоятельного умника с большой галошей в руках («Т-во Российско-Американской резиновой мануфактуры»). Этот же мотив определял характер женских персонажей, — элегантной амазонки («Гильзы Исаджа-нова»), изысканной дамы в окружении галантных мужчин («Папиросы *Бар») паи* русской женщины, — героини модного романа за туалетным столиком («Туалетное мыло *А. М. Жуков»).*

Таким же популярным был мотив традиционности. Он получил воплощение в сюжетах, где действовали персонажи русской старины: воины, бояре, сказочные богатыри. Они не только отмечали вехи исторической дистанции, но и создавали тот несколько эпатирующий диссонанс, который привлекателен в рекламе современных товаров. Такова *«Парфюмерия русских бояр* Т-ва А. Ралле и К°», таков воин в кольчуге, курящий «Папиросы *Важные...* Т-ва табачной фабрики А. Н. Богданов и К^{0}».

Еще один «выигрышный» мотив рекламы основывался на популярности известных произведений литературы, живописи, графики: в хорошо узнаваемых сюжетах менялись детали, и герои превращались в невольных коммивояжеров: «Витязь на распутье» В. Васнецова рекламировал пиво, «Бурлаки на Волге» и женщина с картины Каульбаха — папиросы («Гильзы *Викторсон старшего»).*

Наиболее сложная задача рекламного плаката — похвалить товар. В изображении вещи художники во многом шли от вывески. Авторы вывесок откровенно восхищались изображаемыми предметами, — это сказывалось в гипертрофированности форм, в яркости и звонкости красок. Плакат более реалистичен и трезв в показе товара, но и он стремится к тому же — вызвать у зрителя чувство удивления, любования, восхищения, будь то переносная печь «Метеор», бутылка пива, мыло или локомобиль Мальцовских заводов. О «привлекательных» качествах вещи — вкусе, прочности, легкости, которые невозможно изобразить и представить визу-ально, плакат говорит языком иносказаний — ассоциаций, метафор, символов, гипербол. Русский торгово-промышленный плакат начала века изъясняется на этом языке легко и изящно, оперируя меткими сравнениями, удачными сопоставлениями, оригинальными дополнениями. О моющих качествах мыла «А. М. Жуков» зрителю предлагается судить по белизне снежных вершин и яркости лунного света («А. М. Жуков. Голубое мыло»), о пользе какао фирмы Жорж Борман — по силе борца, побеждающего льва, о крепости кофе торгового дома «Д. Кромский» — по маске совы, бодрствующей по ночам. Язык иносказаний широко используется и в других случаях, чтобы подчеркнуть модность товара, его важность и успех у покупателей. «Мой первый шаг за печением Эйнем», «Впереди всех печенье С. Сиу и К^{0}» — выразительность текста этих плакатов подкрепляется таким же образным графическим решением.

Реклама начала XX века быстро утверждается как инструмент торговли и конкурентной борьбы, как художественный феномен. Устанавливаются определенные закономерности в определении круга персонажей и сюжетов, в использования юмора, сатиры, парадокса.

Среди персонажей господствуют женщины. Женщина — главная фигура торгового плаката. Красавицы, словно вышедшие из восточных гаремов, русских теремов или гостиных, — полусказочные дамы, — знаковые фигуры иконографии модерна, излучают магнетические силы

притяжения. Женский образ, как правило, асоциален, идеален, далек от реальных прототипов, экзотичен: исключения чаще возникают лишь тогда, когда тема связана с социальными проблемами современности, например, войной. Тем не менее именно в торгово-промышленной рекламе, благодаря ее тесной связи с бытовой стороной жизни, сильнее, чем в других видах плакатного искусства модерна, ощущается тяготение к облику подлинной современницы. При всей эстравагантности некоторых персонажей, ' они не лишены примет исторической и бытовой подлинности («Гильзы Исаджанова», «Пиво *Калинкин»).* В известной мере это относится и к образам мужчин, которые, хотя и реже, но не менее искусно расхваливают товары, ненавязчиво, но убедительно предлагая их покупателям. В иконографии дореволюционной рекламы нет мужской фигуры, парной, аналогичной женской «а-ля Муха». Образ современника переводится из социального в эстетический план приемами шаржа, сатиры, юмора, гротеска. Популярность некоторых таких персонажей, их рекламная привлекательность выдержала испытание временем: несмотря на почти вековой возраст, не потеряв молодости и обворожительности, они вновь появляются на рекламных плакатах конца ХХ-го и начала XXI века, — подобно веселому курильщику и разносчику табачной продукции А. Викторсон («Гильзы А. Викторсон»), расхваливающему в наши дни изделия парфюмерной фирмы. Юмор и сатира обладают способностью выделять, заострять, усиливать, преувеличивать любые характеристики, что очень важно для рекламы.. Они координируются с положительными эмоциями человека, способствуя обострению интереса, контакту зрителя с плакатом. Сатирические и юмористические решения получают широкое распространение. В юмористическом ключе часто решаются детские образы, которые особенно естественны в рекламе кондитерских товаров. Художники начала века безошибочно угадывали побудительные причины дореволюционного покупателя и учитывали их при создании рекламы.

Стиль дореволюционной рекламы, его эстетика, испытывали двойное давление, формировались под влиянием двух художественных сил. С одной стороны, торгово-промышленный плакат органически входил в круг разных средств рекламы, с другой, — являлся одним из жанров плакатного искусства, а следовательно — искусства графики и изобразительного искусства в целом. В начале века каждое крупное коммерческое и торговое предприятие стремилось к созданию собственного фирменного стиля, объединяющего фасадные щиты и плакаты, рекламные вкладыши и упаковку, прейскуранты и этикетки. Некоторые, наиболее крупные, претендовали на просветительскую роль, придавая рекламным изданиям познавательную ценность. Они выпускали целые тематические серии открыток, упаковок, кондитерских оберток и фантиков на темы литературы, истории, техники: вкладыши шоколада фирмы «Эйнем» «Типы и быт России», «Русский костюм», «Сказки А. С. Пушкина», обертки шоколада фирмы «Сиу и К°» «Воздухоплавание», «Всемирная почта» и т. п. Все эти сюжеты в основном выполнялись в манере реалистической живописи, натуралистической зарисовки, лубка. Картинки, наивные, мелодраматические, нарисованные с натуралистической достоверностью, часто оказывались сродни лубку, а иногда и переходили границу кича. Все это не могло не сказаться на выразительном языке плаката. С другой стороны, он также явно нес на себе черты стиля модерн, в недрах которого вызревал как особый жанр.

Наиболее заметное влияние на торгово-промышленную рекламу оказал неорусский стиль: заложенная в нем национальная идея была актуальной в коммерции, испытывавшей давление со стороны иностранного капитала. Неорусский стиль красноречиво выражал такое важное качество торговли как традиционность, а былинные герои и богатыри ассо-циировались с силой, прочностью товаров. Персонажи были занимательны и необычны, графика узорчата, цвет декоративен. В этом стиле работал выдающийся русский художник И. Я. Билибин. Его знаменитый плакат к пиву «Новая Бавария» до сих пор является одним из лучших в этом жанре.

Стилистическое направление модерна западноевропейского образца («Ар нуво», «Сецессион», «Югенд-стиль») на иконографии торгово-промышленного плаката сказалось не так заметно: женские образы в стиле А. Мухи, возвышенные и лишенные земной суетности, трудно уживались с тривиальностью обычных товаров, хотя некоторые художники находили оригинальные и впечатляющие решения этой задачи. То же можно сказать об излюбленных флоральных мотивах модерна: цветах лилий, маков, орхидей: они служили украшением рекламы, но далеко не всегда были обусловлены ее содержанием. Гораздо в большей степени плакат усвоил декоративно-графические особенности стиля: стилизованный растительный орнамент, рисунок динамичной и затейливой линии, особенности пространственного решения. Эта система

определяла композиционное решение листа, ей подчинялись приемы сочетания изображения и текста, рисунок шрифтов, изображение отдельных предметов («Заводы Посселя. Производится все для ковки лошадей»).

Дореволюционный торгово-промышленный плакат не был навязчивым и назойливым. В общении плаката со зрителем преобладали спокойные интонации. И тем не менее его образный язык, его призывы и тексты были убедительны и красноречивы, богаты метафорами, гиперболами *(«Крем* не табак, а сливки»; «Мой первый шаг за печеньем *Эйнем»).*

Массовость плаката, его общение с широкой публикой, вовсе не исключала известной избирательности: заказчик и художник знали основной круг возможных покупателей и в первую очередь учитывали их интересы и художественные вкусы. Поэтому по-разному выглядела реклама предметов роскоши для привилегированной публики или леденцов для крестьян. Социальная многослойность покупателя отражалась во множественности художественных истоков, в ориентации плаката на традиции лубка и реалистического рисунка, изысканной графики модерна и кича. Этим объясняется известная эклектика и заметные колебания художественного уровня плакатного искусства.

Революция закрыла первую страницу истории русского торгово-промышленного плаката. Вторую страницу — после нескольких лет перерыва — открыл НЭП. Новая экономическая политика, принятая в 1921 году, допускала иностранный капитал, разные формы собственности, и свободную торговлю. В борьбе за покупателя развертывается конкуренция государственных трестов и предприятий с продукцией частных и иностранных фирм. Противостояние имеет не только экономический, но и политический характер, и рекламе в нем отводится важное место. «Мы знаем прекрасно силу агитации, — писал В. Маяковский в 1923 году. — В каждой военной победе, в каждой хозяйственной удаче на 9/10 сказывается умение и сила нашей агитации... Реклама — промышленная, торговая агитация. Ни одно, даже самое верное дело не двигается без рекламы. Это оружие, поражающее конкуренцию. При нэпе надо пользоваться для популяризации государственных, пролетарских организаций, контор, продуктов всеми оружиями, пользуемыми врагами, в том числе и рекламой»[4].

Поэт и автор «Окон РОСТА» не только призывал «думать о рекламе», но и начал создавать ее в творческом содружестве с известным дизайнером, художником, фотографом Александром Родченко. Видный представитель конструктивизма Родченко успешно воплощал принципы новой концепции в разных областях художественной деятельности, в том числе и в плакате. Творчество двух выдающихся мастеров определило стиль «торговой агитации» 20-х годов, конструктивистский стиль торгово-промышленного плаката. «Реклам-конструкторы», — так подписывали свои работы В. Маяковский и А. Родченко, — создавали вывески и журнальные рисунки, рекламу для витрин и плакаты для самых крупных государственных трестов. «Вся Москва украсилась нашей продукцией... Вывески Моссельпрома... Все киоски наши... Вывески Госиздата — *Черное, красное, золотое...* Резинотрест. ГУМ. *Огонек.* Чаеуправление. Было сделано до 50 плакатов, до сотни вывесок, упаковок, оберток, световых реклам, рекламных столбов, иллюстраций в журналах и газетах. Об одной этой работе, продолжавшейся несколько лет, можно написать отдельную книжку... »[5], — вспоминал А. Родченко. Реклама, продолжая защищать советскую власть на фронте экономики, наследует боевой дух и решимость революционного плаката гражданской войны. Наступательность и активность становятся ее важнейшими качествами. Стихотворные лозунги В. Маяковского требовательны, безаппеляционны и ультимативны: «Раскупай, рабочий люд! Лучшие галоши привез верблюд»; «Лучших сосок не было и нет, готов сосать до старых лет»; «Нигде кроме, как в Моссельпроме! ». В стихах В. Маяковского «промышленная агитация» нередко совмещается с политической, идеологическое насыщение рекламы становится отныне ее отличительной особенностью. Броские, запоминающиеся лозунги-стихи воплощены в такие же яркие и острые графические формы. В них доминирует текст. Руководствуясь принципом «минимум средств, максимум целесообразности» А. Родченко использует типографскую кассу, — шрифты, восклицательные знаки, стрелки, вопросительные знаки. Мастер стремится к предельно четкому выявлению идеи, находит много интересных приемов смысловой и художественно-конструктивной разбивки текста, выделения смысловых узлов, отдельных фраз, и поэтому даже большие стихотворные тексты прочитываются, воспринимаются и запоминаются очень легко. Отдельная буква нередко выступает в роли своеобразного модуля и конструктивной скрепы, цементирующей всю композицию. Это особенно

наглядно видно в плакате «Самый деловой, аккуратный самый, в ГУМе обзаведись Мозеровскими часами»; там же строки образуют стрелку, на острие которой — слово «ГУМ».

Принципиальные изменения вносит художник и в изображение товара, вещи: предмет схематизирован, сведен к геометрической форме, к силуэту («Лучших сосок не было и нет» или «Раскупай, рабочий люд»). Фотографию А. Родченко признавал важнейшим, если не единственным изобразительным элементом рекламы, книжной иллюстрации, плаката. Фотомонтажам Родченко советская реклама обязана появлению документально-достоверного облика героя, персонажа, — современника, представителя нового общества. Один из лучших таких образов — в рекламе, созданной по заказу ленинградского отделения Госиздата («Ленгиз»). Крупным планом запечатлел фотообъектив современницу (моделью послужила Лиля Брик), подчеркнув в ее портрете социальную принадлежность (красная косынка), энергию, оптимизм. Это был идеал женщины 20-х годов, «строящей социализм», жизнерадостной, красивой и грамотной. Зрителю предлагалось равняться на нее. Мотив престижа получал социальную — окраску, реклама сближалась с политическим плакатом.. Портрет-ная фотография, соединяя конкретно-идеальные черты персонажа с типично-собирательными, оказала влияние на графический образ рисованного плаката: политического и рекламного.

Конструктивистская реклама второй половины 20-х годов пронизана мотивами и идеями индустриализации. В середине десятилетия складывается особый вид плакатного издания, информационный бюллетень с рекламными объявлениями промышленных фирм, контор и организаций. Этот разнообразный материал компонуется с помощью фигурных контуров, разнообразных рамок, изобразительных вставок, стрелок, восклицательных знаков. В текстовой материал вводятся изобразительные фрагменты, изображения ювременной техники, революционной символики. Политический подтекст такой рекламы особенно очевиден.

Конструктивизм был определяющим, но не единственным стилевым направлением 20-х годов. Рядом со строгой графикой А. Родченко, А. Левина, В. Степановой, А. Лавинского жила «живописная» реклама, продолжающая традицию дореволюционной в принципах рекламирования и в графической манере.

Советский покупатель должен был «знать в лицо» товары советских государственных фирм. Реклама крупнейших из них — Моссельпрома, Ленинградского табачного треста и других — нередко, как и до революции, выглядела увеличенной до плакатного размера упаковкой, коробкой, оберткой. Крупным планом показывался товар и в сюжетных композициях (А. Зеленский. Реклама папирос «Сафо», «Пушки», «Бокс»). Реклама часто демонстрировала богатство ассортимента государственных предприятий — это было их важным преимуществом в борьбе с частным капиталом. Изображения разнообразных товаров на плакатах были документально точны и преувеличенно красочны (Д. Тархов, В. Баюскин).

В героях плакатов легко узнаются представители современного общества. Социальную принадлежность красивых женщин выдают характерные атрибуты — красная косынка (Б. Такке «Требуйте кондитерские изделия госфабрик») или фирменная одежда (М. Буланов «Моссельпром. Табачные изделия»), но эти атрибуты не акцентированы, образы привлекательны своим обликом, своей «коммуникабельностью». Как и в дореволюционное время активно пропагандируют товары забавные юмористические персонажи, малыш в огромной кепке (А. Зеленский «Пекарские дрожжи» и «Морс» Моссельпрома), веселая крестьянка (В. Баюскин «Галоши Резинотреста») или улыбчивый парень (М. Буланов «Нигде кроме как в Моссельпроме. Продукты государственных фабрик»). В жанровых сценках встречаются «групповые портреты» представителей нового общества («Донская государственная табачная фабрика <... >. Папиросы *Наша марка»)* и приметы новой жизни: изображения строительных лесов и кранов, автомобилей, паровозов, самолетов, — они соответствуют современным именам товаров: «Заем индустриализации», «Смычка», «Наша марка».

С середины 20-х годов начинается постепенное свертывание НЭПа. Роль рекламы в экономике и художественной жизни становится менее значительной, завершают работу в торгово-промышленном плакате В. Маяковский, А. Родченко, А. Лавинский, В. Степанова. Основные стилевые направления еще более обособ-ляются и поляризируются. «Вещная» реклама Моссельпрома и других государственных фирм к концу 20-х годов эволюционирует в сторону предельного укрупнения предмета (А. Зеленский «Паста *Штоко»),* предваряя новую эстетическую концепцию вещи и стиль экспортной рекламы начала 30-х годов.

Реклама 20-х годов составила особую, значительную и интересную страницу в истории плакатного искусства: вызванная к жизни интересами экономики и политики, она привлекла к себе значительные художественные силы и воплотила эстетические концепции мастеров русского авангарда.

К концу 20-х годов НЭП был свернут. Курс на индустриализацию означал строительство прежде всего тяжелой индустрии. Доля легкой и пищевой промышленности были непомерно малы по сравнению с потребностями населения. Дефицит продуктов и предметов первой необходимости обострялся трудностями коллективизации и голодом, разразившимся в начале 30-х годов. Была введена карточная система распределения продуктов, внутренний рынок практически исчез. Рекламный плакат лишился поля деятельности. Он остался нужным лишь в сфере внешней торговли, экспорта, который расширялся по мере установления экономических связей с капиталистическим миром. Работа над внешнеторговой рекламой была сосредоточена в специальной рекламной мастерской при Всесоюзной Торговой палате, руководимой С. Игумновым. Группа талантливых художников создала особый стиль, в котором были учтены традиции русской рекламы, опыт зарубежных мастеров и вкусы иностранного потребителя. Внешнеторговый плакат представлял вещь как таковую, вне сюжетной ситуации, на нейтральном фоне. В ее изображении не было упрощенности и схематизации, свойственным конструктивистам, не было традиционного метафорического «обыгрывания». Предмет воспроизводился точно и детально, но в нем искусно подчеркивалась фактура, пространство, цветовое решение отличалось напряженностью и декоративностью. Приближенный к зрителю, изолированный от среды, он приобретал особую значительность и внушительность. Это хорошо видно, например, при сравнении двух работ, посвященных одной и той же вещи — швейной машинке. Дореволюционный плакат В. Табурина прежде всего рекламировал знаменитую фирму, а изделие привлекало внимание сюжетной связкой с необычной «швеей». Русская боярышня в этой роли воплощала мысль о престижности изделия, доступности, о простоте использования. Изображение машинки в плакате М. Исиченко («Техноэкспорт. Швейные машинки») самодостаточно: компактность и выразительность форм, целесообразность конструкции не только говорят за себя сами, но и характеризуют поставляющую ее фирму. Реклама, предназначенная для иностранного покупателя, импонировала бы и вкусам советских людей, для которых приобретение машинки в то время было сказочной мечтой.

Внешнеторговая реклама, и «вещная», и ассоциативная, оказала большое влияние на рекламу внутреннего рынка второй половины десятилетия. К традициям ее постоянно обращались последующие поколения мастеров этого жанра.

В середине 30-х годов экономическая ситуация в стране стабилизируется. Завершена первая пятилетка, страна оправилась от потрясений голода, в 1935 году отменены продовольственные карточки. Во второй половине 30-х годов вошли в строй пищевые комбинаты и предприятия легкой промышленности, построенные за годы первой пятилетки. Растут запросы населения, улучшаются условия его жизни, меняется быт. Стремительно преодолевается аскетизм внешнего облика людей, который настойчиво культивировался в 20-х-на-чале 30-х годов. Если в 1926 году молодежный журнал «Смена» решительно выступал против нарядной одежды комсомолок («только развращенные буржуазки ласкают свою кожу прикосновением шелка»), то уже в 1933-м «Комсомольская правда» открывает рубрику «Мы хотим хорошо одеваться! », а еще через год начинают выходить сразу несколько журналов мод[6]. Формируется новая советская элита, которая в образе жизни, одежде и быту ориентируется на западные образцы. Начинаются послабления и в области употребления спиртных напитков. Вновь налаживается внутренний рынок, и вместе с ним оживает торгово-промышленная реклама.

Новая индустрия производила продукцию, во многом непривычную для советских людей: мясные полуфабрикаты, овощные консервы, свежезамороженные фрукты, мороженое, соки. Рекламе отводилось важное место в их «представлении» покупателям. Но эта задача не была только утилитарной. Плакатное искусство в целом осуществляло широкую пропагандистскую кампанию прославления успехов социалистического строительства в СССР, и реклама вела ее своими специфическими средствами. Исходной позицией в понимании, в концепции вещи служило представление о ней как о свидетельстве очередных успехов экономики, заботы о человеке, об улучшении быта, как подтвер-кдение известной сталинской фразы о том, что «жить пало лучше, жить стало веселее».

В изображении вещи художники опирались на опыт мастеров Всесоюзной Торговой палаты. Но лако-низм их языка был недостаточен для выполнения новых требований. Прежде всего было необходимо вернуть предмету среду бытования, показать многообразие его связей с действительностью, раскрыть особенности производства и использования, показать человека — производителя или потребителя. Так возникает тип своеобразного плакатного «натюрморта», в котором предметы — бутылки соков и вин, банки рыбных и овощных консервов окружены атрибутами, не просто «поясняющими» состав изделия (А. Зеленский «Релиш сладкий и кислый»), способ приготовления или употребления (И. Боград «Покупайте в консервах кукурузу»; «Пельмени»), но и выражающими понятие изобилия и богатства страны (С. Сахаров «Фруктовые воды»; «Садвинсбыт»). Для этого активизируются традиционные выразительные средств рекламы — гипербола, метафора, ассоциация, язык ее смягчается юмором, обогащается неординарными персонажами — стилизованными юмористическими фигурками пекарей и официантов, забавными животными (С. Прокопцев «Соус *Майонез»).*

В изображении предмета рекламный плакат близок упаковке, обертке, этикетке. Малым формам промышленной графики в начале 30-х годов уделялось большое внимание, и предъявляемые к ним требования в полной мере относились и к рекламе. В 1932 году в издательстве «Изогиз» прошел диспут на тему: «Советскую этикетку на службу массовой партийно-политической агитации». Он выявил тенденцию к насыщению этикетки содержанием, предопределенным самим названием товара: печенье «Пионерия», ягодная пастила «Метро строит вся Москва», конфеты «Москва — Кара-кум — Москва» (имеется в виду автомобильный пробег). Рекламные мини-формы привлекались к пропаганде событий политической и социальной жизни. Эту же задачу по мере своих возможностей выполнял и торговый плакат (А. Федосеев «Курите сигары *Север»).*

Но дух времени, его оптимизм, изменение его приоритетов получил наиболее яркое воплощение в образе современников, и в первую очередь — женщин. В отличие от политического плаката, который славит передовых работниц и стахановок, рекламный плакат обращается к иной, не общественной, не героически-производственной, а бытовой стороне их жизни. В торговой рекламе женщины, снявшие красные косынки, сменившие рабочий комбинезон на модное платье и сделавшие модную прическу, заняты бытовыми делами и собой, хотя намеки на их общественное положение встречаются постоянно: летный шлем белозубой девушки, оценившей зубную пасту «Санит» (И. Бог-рад) — явный отзвук мировой популярности советских летчиц-рекордсменок и увлечения молодежи летным делом. Художников-рекламистов 30-х годов прежде всего интересовал образ женщины-хозяйки, женщины-матери, в облике своих современниц они сумели запечатлеть характерные штрихи — завивку, модный берет, кружевной воротничок, по которым безошибочно узнается эпоха.

Об основательном изменении стиля жизни всего за 10-15 лет дает наглядное представление реклама парфюмерной промышленности. Если частушки лубка 20-х годов призывали: «Девушки-красавицы, вы не мажьте рожи, лучше мы запишемся в Союз молодежи! », то во второй половине 30-х «девушки-красавицы» выступают потребителями и пропагандистами продукции знаменитой парфюмерной фирмы ТЭЖЭ. Тщательно причесанные, с макияжем в духе 30-х годов, улыбчивые они демонстрируют не только товары, но и свое радостное мироощущение (М. Литвак «Красный мак»; А. Миллер «Белая ночь»).

Многие услуги и товары, предлагаемые рекламой, были доступны лишь небольшой части покупателей 30-х годов, лишь женщинам, принадлежавшим к кругу новой бюрократической и партийной элиты. Только они могли позволить себе беличьи манто, расфасованное мясо и крабы, парфюмерию, полеты в самолетах. Но в рекламе, максималистской по своей сущности, именно они становятся идеалом советской женщины предвоенного десятилетия.

Если женский образ точно вобрал в себя приметы времени, его внешние черты и глубинные процессы, то этого нельзя сказать об образе детей. Ребенок, малыш и подросток — также излюбленный персонаж рекламы 30-х годов, но эпоха узнается в нем, может быть, только по пионерскому значку и галстуку. В остальном — это чистенькие улыбчивые ребятки, которые могли демонстрировать товары и в 20-е годы, и даже до революции. Они пьют, едят, показывают зрителям мороженое, соки или конфеты, однообразно варьируя один и тот же сюжетный мотив. Мужские образы в рекламе 30-х годов можно встретить лишь в плакатах, посвященных табачным изделиям. Их немного, но некоторые заслуживают внимания — таков представитель новой военной элиты и романтической профессии в плакате С. Сахарова «Курите *Капитанские сигары»,*

волевой и несколько таинственный — идеальный образ современника и столь же идеальный образ товара. По стилю, по рисунку, плакат близок манере В. и Г. Стенбергов.

Во второй половине 30-х годов стиль всех жанров плакатного искусства был «подстрижен» под одну гребенку социалистического реализма. Для рекламного плаката это означало жизнеподобие в изображении людей, тяготение к жанровым композициям, некоторый отход от условности языка, от декоративности решений. Но торгово-промышленный плакат этого времени был силен традициями лучших достижений предшественников. Их пронесли в своем творчестве мастера, начинавшие работу в «торговой агитации» в 20-е годы (А. Зеленский, И. Бograd), в первой половине 30-х годов. Эти традиции были усвоены и развиты в новых условиях талантливыми мастерами — А. Побединским, С. Сахаровым, А. Миллером, Б. Зеленским. Представители и старшего и молодого поколения были «реалистами» в изображении предмета, они обладали блестящей техникой рисунка и богатой фантазией, силой которой обычное, обыденное становилось заманчивым и привлекательным. Они много работали над шрифтами, мастерски компоновали, и каждый из них сохранил свой почерк и свою художественную индивидуальность. Их лучшие произведения отмечены фантазией, зрелищностью, игрой, композиционными и пластическими находками.

Война вновь прервала развитие торгово-промышленного рекламного плаката. Не сразу вернулся он на рекламные щиты и в витрины магазинов и в первые послевоенные годы. Хозяйство было разрушено. Восстанавливалась и развивалась в первую очередь тяжелая индустрия. Только к рубежу 40-х-50-х годов, после осуществления некоторых экономических программ, восстановления сельского хозяйства и промышленности, отменены карточек и денежной реформы, полки и витрины магазинов начали постепенно заполняться товарами. На волне этих не очень значительных, но обнадеживающих изменений возрождается торговая реклама.

При отсутствии товарного изобилия и бедности населения рекламные организации, видели свою задачу в пропаганде «новых» и «лучших» изделий и продуктов — «полезных, питательных, рациональных в употреблении, доступных широким массам». По существу это было повторением задач пятнадцатилетней давности. Пособие для художников, изданное в 1951 году, давало рекомендации, звучавшие «повторением пройденного», например, слова о том, что рекламируя различные продукты «наши рекламные плакаты рассказывают о том, какие огромные богатства таят в себе наша земля, моря и реки... »[7].

[4] Действительно, точкой отсчета, художественным ориентиром в становлении, точнее — восстановлении рекламы послевоенных лет служили 30-е годы: торгово-промышленный плакат продолжил развитие жанра, неожиданно прерванного войной. В этот процесс немалый вклад внесли ведущие художники 30-х годов: Б. Зеленский, С. Сахаров, А. Побединский, вновь вернувшиеся к «торговой агитации». Они способствовали возрождению принципов рекламирования, концепции вещи, характера персонажей, сохранению стиля графики. Излюбленным приемом рекламы пищевых продуктов по-прежнему оставались «плакатные натюрморты», «постановка» и компоновка которых отличалась выдумкой и изобретательностью, а рисунок мастерством (Ю. Цейров «С Новым годом, дорогие товарищи! »). В этом жанре были сделаны работы, пользовавшиеся большой популярностью и превратившиеся в своеобразный фирменный знак производственных объединений Главрыбы (А. Иогансон «Отличная закус-ка») или Главхолода (С. Сахаров «Покупайте мороже-ное»; «Мороженое»). Критика отмечала их большой упех у зрителей[8].

В послевоенные годы гораздо шире рекламиро-(ались отдельные виды промышленных товаров. Эта реклама позволяет проследить изменения моды в про-цессе перехода к мирному стилю жизни. Популяри-ировалась косметика и парфюмерия, дамские шляпки, апроновые чулки. Но особенно показательна реклама предметов мужского туалета. Популяризация галстуков, орочек, ботинок означала отказ от гимнастерок, ителей, шинелей, сапог — престижной военной фор-фенной одежды военных и первых послевоенных лет. О алаживающейся жизни свидетельствовала и реклама олотеров, пылесосов и других бытовых товаров, бещавших населению облегчение трудоемкой домаш-ей работы.

Несмотря на приверженность традициям 30-х го-рв, в изображении товара появляются новые нюансы, самодостаточность предметов в рекламе парфюмерии, табака, товаров легкой промышленности, любовная тщательность, с которой выписаны вещи, — отражение времени, когда появление обыденных товаров в магази-ах и на рекламных плакатах было событием, рож-дающим надежды на лучшую жизнь (И. Кашинская Лаки. Духи и одеколон»). Требования

точности воспро-изведения удовлетворялись фотокомпозициями, кото-рые входили в практику наряду с рисованными ориги-налами.

Время внесло свои изменения в состав и характер персонажей. Наряду с традиционными изящными жен-инами (В. Трухачев «Головные уборы»), хозяйками, нятыми домашней работой, жизнерадостными поку-тельницами новых изделий (В. Пименов «Чулки *капрон»)* торговую агитацию ведут современники, люди уважаемых и модных профессий — матросы (Б. Зелен-ский «Курите сигареты *Аврора»),* трактористы, деловые мужчины (С. Сахаров «Курите сигареты»). Как и ранее, наименее выразительны дети. Клишированные образы, несущие ярких признаков времени, они уподобля-лись детали, вписываясь в общий ряд сладостей или мороженого.

В жанровых композициях, богатых деталями, заметно проглядывали казалось бы не очень значительные, но характерные приметы послевоенной жизни — залитые светом городские улицы (Н. Девятов «Покупайте модельную обувь»), курортные пейзажи. Да и в «плакатных натюрмортах» была запечатлена свершившаяся или еще не свершившаяся мечта об изобилии и красоте, о праздничном быте: не случайно авторы охотно включали в композиции красивую посуду, изделия народных мастеров, те «мелочи» которые постепенно меняли быт. Такими же характерными мелочами отмечены «вещные» композиции (В. Трухачев, О. Иен-сен «Электропылесос»). В рекламе 50-х годов отразилось новое понимание жизненных ценностей, новое мироощущение людей послевоенного времени.

Творчество известных мастеров: А. Андреади, С. Сахарова, А. Побединского, В. Трухачева, Ю. Цейрова и других вновь поставило торгово-промышленный плакат в один ряд с другими жанрами политического и рекламного плаката. Но в целом палитра их выразительных средств и приемов оказалась менее богатой и разнообразной, чем в 30-е годы. Эстетика социалистического реализма, требующая «идейности» и осуждающая «оригинальничанье», вычеркивала из выразительных средств торгово-промышленной рекламы юмор, сатиру, парадокс, оригинальные ходы, остроумные композиционные решения. Когда же вместе с политической «оттепелью» появились первые признаки изменения стиля рекламы, в экономике страны дают себя знать процессы, вновь затормозившие развитие торгового рекламного плаката.

К началу 60-х население накопило значительную денежную массу, спрос значительно превысил предложение, возникла новая волна товарного дефицита. Задачу перераспределения денежных средств более эффективно решала реклама в печати, на радио, телевидении. Достойное место в экономике и художественной жизни торгово-промышленный плакат вновь найдет Лишь в начале 80-х годов.

Нина Бабурина, Светлана Артамонова

Примечания

[1] Плицкий Н. Реклама, ее значение, происхождение и история. М. , 1894. С. 20-22.

[2] Искусство рекламировать. Одесса, 1911. С. 21.

[3] Смиренный И. Н. , Рахманинов Б. Н. К истории упаковки в России // Тара и упаковка. 1999. № 3. С. 61.

[4] Маяковский В. В. Агитация и реклама. Полное собрание сочинений. Т. 12. С. 88.